

Ciekawostki - Jaka rękę rękę myje mydłem „Ursus”?

W bogatej historii polskiego przemysłu drogowego i środków czyszczących na mapie producentów czernideł do butów, czyściwa do metali, mydeł i świec parafinowych w 1917 roku przy ulicy Chłodnej 29 w Warszawie pojawiła się firma pod wdzięczną nazwą... „Ursus”. Firma ambitna, operatywna, kooperująca z warzelnią przy Szwedzkiej należącej do Towarzystwa Akcyjnego Fabryki Produktów Chemicznych „Praga” (późniejszej fabryki Schichta).



Współpraca polegała głównie na odbieraniu ze Szwedzkiej gliceryny i produktów gliceryno-podobnych do późniejszej produkcji świec, mydeł, itd. Dopóki fabryka chemiczna „Praga” zajmowała się głównie produkcją gliceryny z łoju zwierzęcego nie przywiązując zbytnej uwagi do produkcji mydeł, interes fabryczki „Ursus” kręcił się znakomicie. Zmieniła ręczną fabrykację na produkcję maszynową i rozpoczęła produkcję masową świec najrozmaitszych rozmiarów. Począwszy od małych świeczek, których 52 sztuki wchodzi na 0,5 kg, aż do ogromnych świec gdzie jedna waży powyżej 0,5 kg. Prawdziwym hitem fabrykacji były różnobarwne świece choinkowe, które jako pierwsza firma w nie tylko w Polsce, ale i połowie Europy wprowadziła na rynek. Dzięki niskiej cenie o różnobarwnym opakowaniu rozchodziły się niczym „gorące bułeczki”.



W kolejnym etapie rozwoju produkcji firma przystąpiła do wyrobu świec kościelnych kompozycyjnych. Produkcja była bardzo na czasie, albowiem w początkach lat 20-tych świece kościelne niemal w 100 procentach z importu z Włoch były bardzo drogie, niezadawalające odbiorców pod względem

jakości. Świece kościelne fabryki „Ursus” stały się kolejnym hitem i wypchnęły z polskiego rynku nie tylko włoskie, ale również francuskie, niemieckie. Dość szybko nowy produkt młodej fabryki zdobył rozgłos w Europie, jako produkt wysokiej jakości.



Świece były „sztandarowym produktem”, ale zyskującymi coraz więcej zwolenników były także pasta do obuwia „Ursus”, pomadka do czyszczenia metali „Wawel”, czernidło do skór i inne chemiczne artykuły.

Sukces firmy zaprocentował zwiększeniem produkcji i w 1919 roku produkcja szła pełną parą na dwie zmiany. Tygodniowa produkcja świec wzrosła do 150 ton, co pozwoliło firmie nie tylko na utrzymanie cen, ale i ich sezonowe obniżanie, co było wówczas mało praktykowanym chwytem reklamowym i przez to pozyskiwanie stałych klientów.

Młodzi współwłaściciele fabryki doskonale zdawali sobie sprawę, że najlepszą reklamą każdego towaru jest jego jakość. Rozumieli również, że trzeba zachęcić odbiorców i kupujących do zapoznania się z towarem, nakłonić do pierwszego zakupu i poznania właściwości towaru.

Relacjonujący wydarzenia na Targach w Poznaniu – Przegląd Przemysłowo-Handlowy relacjonował: - „Pod względem reklamy Zarząd fabryki wykazał na „Targu Poznańskim” dużą pomysłowość. Z aeroplanu spadały karteczki

reklamowe o paście do obuwia „Ursus”, a zastęp stosownie przybranych chłopców gorliwie spieszył ku każdemu ze zwiedzających, aby bezpłatnie i uprzejmie oczyścić mu obuwie pastą „Ursus”, więc w ciągu sześciu dni wystawy rozdano bezpłatnie przeszło 5,000 próbných pudełek z pastą do obuwia, aby umożliwić obdarowanemu zapoznanie się z dobrocią tego fabrykatu. Dzięki temu wszystkiemu pasta „Ursus”, — której marka fabryczna przedstawia białego niedźwiedzia, stojącego na półkuli — stała się jednym z najpopularniejszych eksponatów na „Targu”, a Zarząd fabryki osiągnął w zupełności swój cel zaznajomienia szerokich warstw ze swą produkcją”.

Firma inwestowała w szeroką reklamę i powoli, systematycznie wchodziła na rynek z nowymi wyrobami. Do dzisiaj w zbiorach Biblioteki Narodowej zachował się jeden z plakatów reklamowych Fabryki Świec „Ursus” wykonany ręką prawdziwego mistrza rysunku Feliksa Kasprzykiewicza, notabene posiadającego zakład grawerski i litograficzny tworzący matryce drukarskie. Głównie swoich, znakomitych rysunków dla prasy satyrycznej i popularnej, ale to już inny szczegół na inną okazję.

Okolo 1922 roku sprzedaż zaczęła spadać, gdyż na rynek powoli zaczęły wchodzić podobne fabryczki korzystając ze spadającej stale ceny gliceryny produkowanej przez Zakłady „Praga”, a i niemiecki Schicht zaczął drenować nie tylko rynek mydlarski, ale i innych wyrobów chemicznych domowego użytku.

Trudno dzisiaj dociec prawdy, ale fabryczka „Ursus” przy Chłodnej jakby koło 1925 roku zanikła i być może została sprzedana jak większość zakładów w rejonie ulicy Chłodnej przechodzących wówczas z rąk do rąk na nie zawsze czystych zasadach. Część firm bankrutowało by po chwili pojawić się na nowo pod innym zmienionym szyldem.

Nie mniej marka „Ursus” nie znikła zupełnie z mydlarskiego rynku.



Na początku lat 30-tych XX wieku w Bydgoszczy pojawiła się fabryka mydła „Ursus” będąca własnością z krwi i kości chrześcijanina Stanisława Kozłowskiego, która to produkowała tylko polskie wyroby mydlarskie podobno z własnej warzelni, choć nie do końca było to wiadomym. Podobnie, jak nie do końca jasnym było jej pojawienie się na rynku, jako nowego wytwórcy.

Dziwnym trafem w ofercie miała identyczny asortyment produkcji, jak warszawski „Ursus”, ale pod nieco zmienionymi nazwami. Firma podobnie prężnie działająca, jak ta warszawska, a największe sukcesy handlowe zaczęła odnosić po roku 1935, kiedy to polskie firmy zaczęły namawiać klientów do bojkotu wszystkich niepolskich towarów, najczęściej z importu. Niewiele wiemy o jej produktach, reklamie, sprzedaży wyrobów, natomiast wiemy sporo o powiazaniach właściciela z miejscowymi nacjonalistami, które niezbyt chlubnie zapisały się w historii.

Bydgoska fabryka mydła „Ursus” działała do września 1939 roku. Potem jej produkcję przejął niemiecki zarząd fabryki.

Po II wojnie światowej nastąpiło upaństwowienie fabryki. Pozostałości po fabryce „Ursus”, jak i dawnych prywatnych manufakturach i fabrykach mydła w Bydgoszczy włączono w struktury gospodarki państwowej, całkowicie wygaszając sztyld „Ursus”.

Opracowanie na potrzeby Ursuvianów – Włodzimierz Winek - 2026