



CLASSIFIED DOCUMENT

CASE NO. 7749-B

INTERROGATION REPORT

AGES 3

EXTRAID: BENTON

SUBJECT: UNKNOWN / MALE / AGE 52

DATE: 12 NOV 1966 | TIME: 02:18 AM

LOCATION: SITE B - HOLDING ROOM 3

OFFICER: DET. K. MARLOW

PHOTOGRAPHED: 12 NOV 1966 | CONDUCT: STANDARDS ENFORCEMENT

SUBJECT WAS DETAINED AFTER INCIDENT AT DOCK YARD. REFUSED TO PROVIDE NAME. POSSESSES NO IDENTIFICATION. CLAIMS NOTES: COOPERATIVE BUT EVASIVE. PENDING FURTHER INTERROGATION.

John H. [Signature]

APPROVED - CASE OPEN
12/NOV/66



Handwritten notes on a piece of paper:
12/NOV/66

SCHICK, WILKINSON EN DIE DRIEVOUDIGE ONGELUK

Ek wy net 'n klein bietjie ruimte aan hierdie pionier van sy tyd, om drie eenvoudige redes:

1) Sy storie het nie begin met 'n uitvinding wat op 'n tekentafel geteken is nie, maar met 'n ongeluk en ontbering in 'n afgeleë myn- en grensomgewing.

2) Sy eerste kommersiële sukses is deur die geweer geïnspireer, nie deur die skeermes nie. Die Magazine Repeating Razor het sy laaibeginsel by herhaalvuurwapens en militêre ervaring geleen.

3) Die eienaardigste besonderheid van almal: hy het uiteindelik 'n Kanadese burger geword om 'n Amerikaanse kongresondersoek na belasting te ontwyk, nadat hy 'n groot deel van sy rykdom na beheermaatskappye in die Bahamas oorgeplaas het.

Mnr. Schick het verkies om sy Amerikaanse burgerskap prys te gee en Kanadees te word, en homself so buite die bereik van 'n kongresondersoek na belastingontduiking en belastingvermyding geplaas.

Hier is geen edel oorsprong om te vier nie, en ook geen groot stigtingslegende buiten die feite wat algemeen gerapporteer en deur die geskiedenis in konteks geplaas word nie.

Tog help een besonderheid verklaar waarom Jacob Schick nooit 'n lewensgroot figuur geword het nie, nie binne die handelsmerk self nie en ook nie binne die breër vertelling rondom die skeerbedryf nie.

Hy het 'n groot deel van sy fortuin na 'n netwerk van Bahamaanse beheermaatskappye oorgeplaas en uiteindelik 'n genaturaliseerde Kanadese burger geword.

Ek oordeel nie oor die uitvinder nie.

Ek teken bloot die feite aan.

Gillette, Wilkinson en ander handelsmerke het hul legendes rondom produkte, rituele en institusionele geheue gebou.

Schick, daarenteen, het vir die nageslag 'n storie nagelaat wat grotendeels om die man self draai.

Miskien is dit waarom ons die skeermes beter onthou as sy uitvinder.

Ferdinando