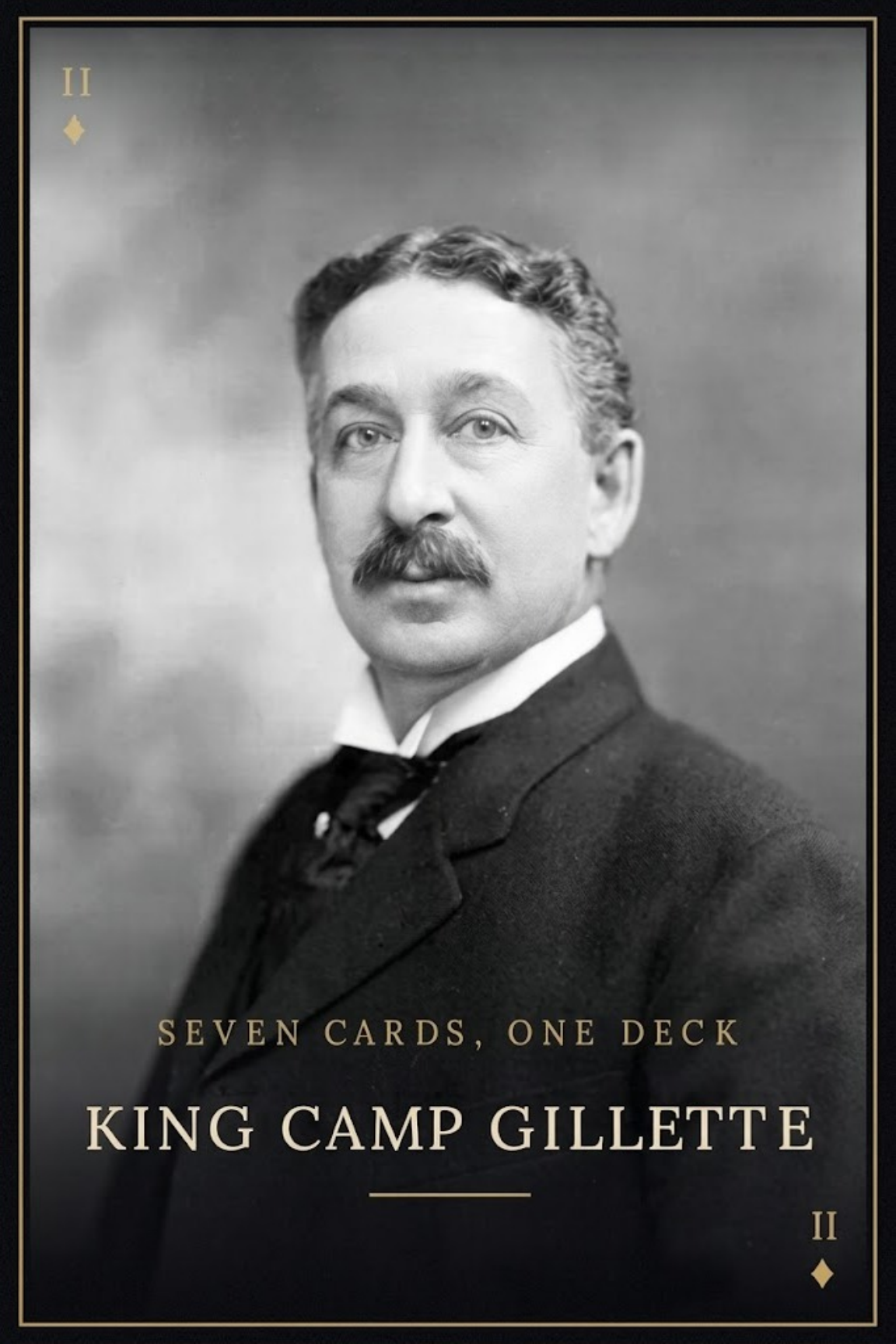
II
SEVEN CARDS, ONE DECK
KING CAMP GILLETTE
II

GILLETTE — DE KRACHT VAN DE NAAM

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS · 15

Vóór de producten is er de naam.

Fabrieken sluiten.

Managers wisselen.

Aandeelhouders komen en gaan.

Technologieën verouderen.

Markten verschuiven.

De naam blijft.

Gillette is niet zomaar een bedrijf.

Het is het bewijs dat een woord meer dan een eeuw lang vertrouwen kan opbouwen en waarde kan blijven voortbrengen, zelfs als niemand zich nog herinnert wie het heeft bedacht.

Een merk is een collectief geheugen.

Als de naam sterk is, komt hij vóór het voorwerp aan.

Mensen kopen een verhaal nog voordat ze een product kopen.

De naam is het eerste onzichtbare bezit van de economie.

En toch was er in het begin geen imperium.

Er was een man.

Zoon van Franse immigranten in Massachusetts.

Weinig middelen.

Heel veel koppigheid.

Zoals zo vaak verschijnt de toekomst niet gekleed als legende.

Ze verschijnt gekleed als verkoper.

De rest van het verhaal kan iedereen lezen op de website van het bedrijf, of op Wikipedia.

Mij interesseert iets anders.

Mij interesseert wat we gemeen hebben. Drie elementen.

PRODUCT. VERHAAL. BROEDERSCHAP.

Hij bouwde een mesje.

Ik bouwde een website.

Hij schreef een boek.

Ik heb er meer dan honderd geschreven.

Hij behoorde tot een broederschap.

Ik ken diezelfde grammatica, gemaakt van symbolen, erbij horen, geheugen en wederzijdse herkenning.

En net als hij heb ik het grootste deel van mijn leven verkocht.

Niet alleen producten.

Vertrouwen.

Daarom heb ik altijd geprobeerd afstand van hem te houden.

Niet uit verschil.

Uit een teveel aan gelijkenis.

Elk tijdperk brengt zijn eigen producten voort.

Elk tijdperk brengt zijn eigen verhalen voort.

Elk tijdperk brengt zijn eigen broederschappen voort.

De fout is te geloven dat zij het doel zijn.

Dat zijn ze niet.

Ze zijn het voertuig.

Het mesje was Gillette niet.

Het boek was het verhaal niet.

De broederschap was de betekenis niet.

Het waren alleen instrumenten.

De echte macht was de naam.

Voordat ze de Rubicon overstaken, stuurden de Romeinen verkenners vooruit.

Die moesten leren. Begrijpen.

Weten.

Weten voordat er werd besloten.

Dat was het geheim waarmee ze konden beraadslagen — en vaak winnen.

Ik hoop dat ik een goede verkenner ben.

Maar zonder oorlog.

Ik draag geen legers.

Ik draag geen decreten.

Ik draag geen vergunningen.

Ik draag verhalen.

Ik verzamel ze.

Ik verbind ze.

Ik lever ze af.

Daarna beslist ieder wat hij ermee doet.

CEO's leiden bedrijven.

Werknemers laten bedrijven draaien.

Kleine aandeelhouders financieren bedrijven.

Ik ben maar een man die niemand om toestemming hoeft te vragen.

En dat is waarschijnlijk de grootste vrijheid die ik bezit.

Dit is de kaart van Gillette.

Niet de macht van de fabriek.

Niet de macht van het mesje.

Niet de macht van het bedrijf.

Want als het product slijt, blijft de naam.

Als de gebouwen verdwijnen, blijft de naam.

Als de mannen heengaan, blijft de naam.

En wanneer een naam erin slaagt generaties te overbruggen, behoort hij niet langer toe aan zijn oprichter. Hij wordt deel van het collectieve geheugen.

De oprichter verdwijnt.

De naam blijft.

Dat is de ware overwinning van een naam.

Ferdinando
Gillette-man ⚔️