

Gillette advertentie is absoluut geen marketing blunder (video)

Gepubliceerd: zaterdag, 19 januari 2019 13:16



Overall ter wereld wordt gesproken over de opzienbarende nieuwe advertentie van Gillette, waarin mannelijkheid wordt weggezet als “giftig”.
Programmering van de bevolking via reclame aan te bouwen onder de naam de

In onze maatschappij zijn de meeste mensen ziende volkomen blind en het ontgaat hen dan ook volkomen hoe advertenties worden gebruikt om de bevolking te programmeren.

Er is wereldwijd enorm veel ophef en verontwaardiging over een nieuwe advertentie van Gillette, waar uiteraard (blanke) mannelijkheid wordt weggezet als giftig.

Bij GeenStijl [vinden ze er het volgende van:](#)

Nieuwe reclame van Gillette zet het mes in mannelijkheid en doet of alle (blanke!) mannen giftige klootzakken zijn. Het moet stoppen. Boys mogen geen boys meer zijn. Internet: 'OK dan scheren we ons toch lekker niet meer joh'.

En bij [de Volkskrant:](#)

Vergeet de vierkante kinnen, staalblauwe ogen, rauwe stoppelbaarden, glinsterende waterdruppels en glanzende stukken staal: de nieuwe Gillette-man staat met open mond voor de televisie te kijken naar wat hij allemaal heeft aangericht met dat soort 'giftige mannelijkheid'.

Het filmpje zorgde voor een explosie aan reacties op sociale media, zoals Gillette ongetwijfeld gehoopt had; slechte publiciteit bestaat niet, zo luidt de gangbare reclamewijsheid.

Gillette advertentie is absoluut geen marketing blunder (video)

Gepubliceerd: zaterdag, 19 januari 2019 13:16

In Amerika wordt door een professor gesuggereerd dat dit [een enorme marketing blunder](#) is van Gillette en het volgende [staat bij Vogue](#):

In een poging om het toxic masculinity probleem in de maatschappij te verlichten, heeft het Amerikaanse scheermessenmerk Gillette een nieuwe campagne uitgebracht. In de video van twee minuten daagt Gillette mannen uit om kwesties zoals pesten, seksuele intimidatie en discriminatie aan te pakken. Maar in plaats van dat mannen geïnspireerd zijn door de boodschap, kreeg het merk een stortvloed aan negatieve reacties over zich heen: waar haalt Gillette het lef vandaan om te vragen of ze meer respectvol en fatsoenlijk kunnen zijn?!

Bijna niemand ziet wat hier gebeurt, bijna niemand ziet dat dit onderdeel vormt van de programmering ter verdere vernietiging van onze maatschappij.

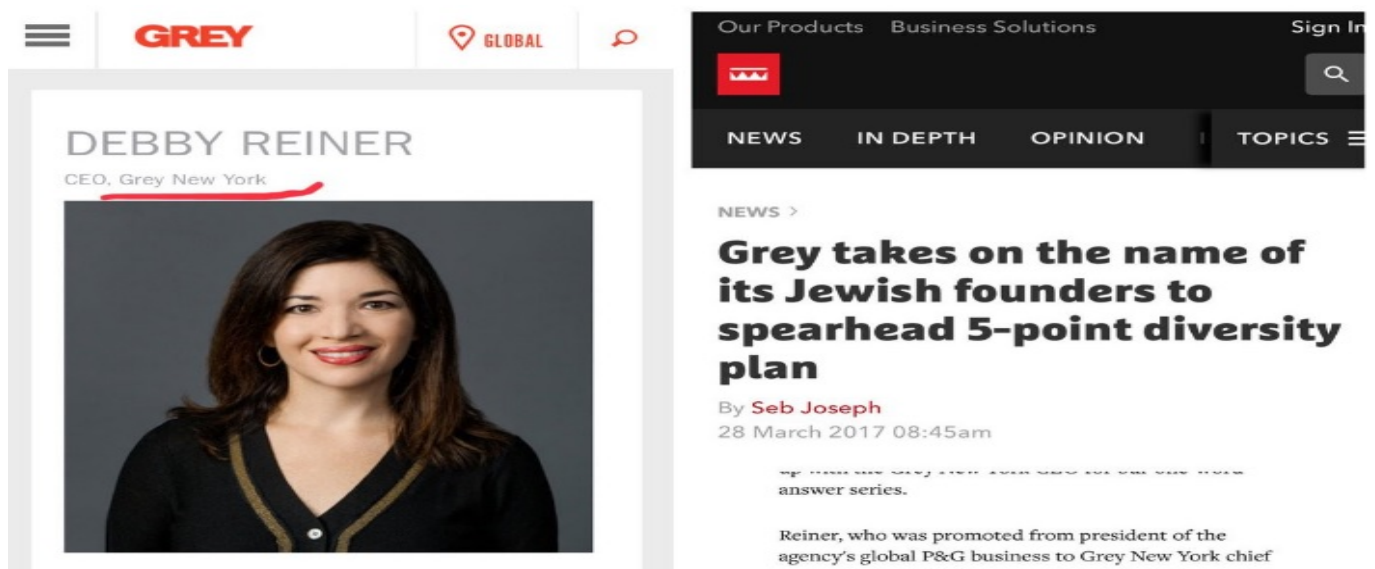
Ze hebben dan ook niet voor niets Kim Gehrig genomen als regisseur van deze commercial. Kim staat bekend als een [hardcore feministe](#), hetgeen betekent dat er uiteraard een anti man commercial ontstaat.

Kim Gehrig is bekend geworden [door een eerdere commercial](#) die ze maakte voor Libresse, genaamd Viva La Vulva.

Kim Gehrig werd aangestuurd door het advertentiebureau Grey die de opdracht kreeg om de Gillette commercial te maken. En via dit reclamebureau, het brein achter de anti (witte) man reclame, komen we weer terecht bij de [Chazaarse mafia](#). Net zoals alle advertentie bureaus die zich bezighouden met het ontwrichten van de maatschappij, [is ook Grey een werktuig van de Chazaren](#).

Gillette advertentie is absoluut geen marketing blunder (video)

Gepubliceerd: zaterdag, 19 januari 2019 13:16



Net zoals ook vier grote reclamebureaus in handen zijn van de Chazaarse Mafia die zich bezighouden met het promoten van [de Kalergi agenda](#) om zo het verdwijnen van de door hen gevreesde blanke man te bewerkstelligen, zoals we schreven [in een eerder artikel](#).

Deze vier megabedrijven, zoals hierboven beschreven in handen van de Chazaarse Mafia, controleren de bulk van alle advertentiebureaus. De namen van deze bedrijven zijn: The Omnicom Group of New York, WWP uit London, Publics of Paris en Interpublic uit New York.

Ook het feminisme heeft totaal niets te maken met de vrijheid van de vrouw, maar is eveneens door de CM in het leven geroepen om de traditionele maatschappij te ontwrichten, zoals we uitgebreid hebben beschreven [in een eerder artikel](#).

En dat is precies het doel waarvoor het feminisme in leven is geroepen, zoals wij schreven [in een eerder artikel](#):

Hoe deze waanzin ooit tot stand is gekomen, wordt duidelijk als je luistert naar de in 2007 overleden filmmaker [Aaron Russo](#).

Hij werd vooral bekend door de onthullingen die hij deed naar aanleiding van zijn vriendschap met leden uit de Rockefeller familie.

Ver voor deze aanslag (9/11) werd Russo al verteld over het plan om angstaanjagende terroristische aanslagen uit te voeren, om soevereine landen te bezetten en om een high tech fascistische politiestaat neer te zetten met een controlematrix die iedere beweging van

Gillette advertentie is absoluut geen marketing blunder (video)

Gepubliceerd: zaterdag, 19 januari 2019 13:16

burgers zal controleren onder meer door middel van geïmplanteerde chips.

Aaron Russo legt ook uit dat de emancipatiebewegingen voor vrouwen in het leven zijn geroepen door de elite om het traditionele gezin te vernietigen. Iets dat vandaag de dag steeds zichtbaarder wordt.

In het volgende videofragment met Aaron Russo kan je horen hoe de Rockefeller's en consorten het feminisme hebben gepland om de maatschappij verder te destabiliseren.

Dit alles vormt weer onderdeel [van de grotere agenda](#) van de satanische Sabbateans, de elite van de Chazaren.

Ze gebruiken een geraffineerde tactiek. Ze promoten geen satanisch koninkrijk, maar ze sturen je in die richting door allerlei zaken zoals het bestaan van God in twijfel te trekken en door het eisen van seksuele bevrijding, onafhankelijkheid voor vrouwen, internationalisme, diversiteit en religieuze tolerantie. Al deze aspecten vormen onderdeel van een verborgen agenda: het ondermijnen van alle collectieve krachten, behalve die van hen.

Er wordt ons verteld dat vrije seks progressief is en modern. De Sabbateans hebben zich al meer dan 350 jaar bezig gehouden met het partnerruil, seks orgies, overspel en incest. Ze promoten ook seks tussen verschillende rassen en ze zijn stap voor stap bezig om de bevolking tot hun sekte te introduceren.

Ze kennen geen enkele moraal en hun originele zegening: "Die het verbodene toestaan" werd later de bekende Illuminati slogan "Doet wat ge wilt", als uitdrukking van hun religieuze gevoelens.

Ja maar, wordt er dan al snel gezegd, daar horen de Rockefeller's toch niet bij?

Volgens [de Joodse historicus Malcolm H. Stern](#) die een boek schreef met de titel: "Americans of Jewish decent" zijn ze dat wel degelijk. De Rockefeller's zijn van oorsprong Marranos, dat wil zeggen Chazaren die zich ooit in Spanje hebben bekeerd tot het christendom.

Uit een [eerder artikel](#):

Gillette advertentie is absoluut geen marketing blunder (video)

Gepubliceerd: zaterdag, 19 januari 2019 13:16

Aan het einde van het Chazarenrijk, zo rond het jaartal 960 AD, vertrokken er ook [Chazaren naar Spanje](#):

After the last and final blow from the Russians the Khazarian King and his twenty-five wives(all of royal blood), and sixty concubines emigrated to Spain with many family members.

En [nog een andere](#):

Deze bekeerlingen die geen echte christenen waren, werden dan ook als zodanig wel herkend in die tijd en ze werden dan ook [Marranos \(varkens\) genoemd](#). De Marranos hadden daar geen enkele boodschap aan en omdat ze nu christen waren, hadden ze vele voordelen en wisten dan ook door te dringen tot in de hoogste gelederen van de kerk en maatschappij. Veel hoger dan ze ooit als Jood hadden kunnen stijgen.

Ze bleven dan ook niet alleen in Spanje, maar vestigden zich in alle belangrijke Europese locaties, waaronder ook Nederland.

Deze Marranos, Joodse schijnchristenen, [kwamen in 1593 naar ons land](#). Hier wist men ook wat voor vlees ze in de kuip hadden en ze werden dan ook prompt geweigerd in Middelburg en Haarlem.

Via Frankrijk zijn de Rockefeller's in Amerika terechtgekomen en waarschijnlijk zijn zij opgetreden [als agenten voor de Rothschild familie](#):

*Marranos" are Jews who "**PRETEND**" to convert to Christianity so as to deceive Christians in their business dealings, but secretly continued to practice Judaism in private rituals. For this reason, a Marrano family like the Rockefeller's would make the perfect tool for the Rothschild's of France who have for centuries used secret agents to carry on their work.*

Niets is wat het lijkt in een wereld die wordt geregeerd door deceptie.