

# Muun

## Startet „None Fits All“-Kampagne

Mittwoch, 14.06.2017

Matratzen-Startup Muun stellt mit seiner neuen Kampagne erneut seine Innovationskraft in Sachen Marketing unter Beweis und zeigt unter dem Motto „ChooseYourComfort“, dass es nun zu seiner „One-fits-all“-Matratze ein modulares Muun-Bett gibt.

Die dreiteilige Filmserie „None Fits All“ porträtiert unangepasste Persönlichkeiten, die zeigen, dass ein Leben abseits der Norm auch komfortabel sein kann. Mit Hollywood-Haudegen Vinnie Jones startet die Kampagne, die offiziell am 14. Juni vorgestellt wird. Die Botschaft: Komfort ist nicht standardisierbar. Komfort ist eine Frage der Einstellung.

„Fuck the rules“, sagt Vinnie Jones und zeigt beim Tanzen zu achtziger Jahre Synthie-Sounds seine softe Seite. Denn Vinnie Jones ist mehr als der Rüpel aus Guy Ritchies Bube, Dame, König, grAS. Er hat sich von der fünften englischen Fußballliga nach Hollywood katapultiert, hat zwischenzeitlich Teppiche verkauft und bei Big Brother mitgewirkt. Sein Lebensweg steht sinnbildlich für das Motto der Kampagne "ChooseYourComfort". Als Kulisse zum ersten Film dient eines der unkonventionellsten Bauwerke des 20. Jahrhunderts: Die Sheats-Goldstein Residence – erdacht und erbaut von Architektur-Legende John Lautner.

Der [Kurzfilm](#) mit Vinnie Jones trägt den Namen „Härte“ und bildet den Anfang der dreiteiligen Serie, die in Zusammenarbeit mit dem Regisseur Moritz Grub der Agentur Amsterdam Berlin entstanden ist. Die Kampagnenfilme mit dem Titel „None Fits All“ beschäftigen sich mit den vielfältigen Interpretationen von Komfort. Mit ihnen wird das anpassbare Schlafsystem von Muun vorgestellt, zu dem die Matratze, das Kissen, die Decke und erstmals auch das modulare Muun-Bett gehören, das in Zusammenarbeit mit dem Berliner Design Studio New Tendency entstanden ist.

Die Kampagne, die von Juni bis September läuft, ist medial breit gestreut und wird im Juli erstmals auch im TV gezeigt.

[zum Seitenanfang](#)