

everlasting

TIMELESS FOOTWEAR

08/25
01/27

DIE SCHÖNSTEN
IDEEN MUSS MAN
NICHT ERFINDEN
WENN MAN SIE
ERKENNT

MANCHE MOMENTE
VERÄNDERN NICHT
NUR MENSCHEN,
SIE VERÄNDERN
GANZE ORTE

WENN VERTRAUEN
AUF KREATIVITÄT
TRIFFT, *WIRD*
DESIGN ZU ETWAS
BLEIBENDEM

A perfect MATCH

Wie aus einer Begegnung
eine Ausstellung entsteht,
die Zeiten verbindet

Die Reise von EVERLASTING



Begegnung

Eine Idee beginnt mit
einem Sammlungsbesuch

It's a perfect match

Historische Schuhe treffen auf
zeitgenössisches Design

Die Herausforderung

Wie macht man aus einem regional
bedeutenden Museum ein
kulturelles Reiseziel?

Eine gemeinsame Sprache

Gestaltung verbindet alle Elemente
zu einem Erlebnis

Wirkung

Menschen kommen
Menschen bleiben
Menschen erzählen weiter

Was bleibt

EVERLASTING wirkt über den
Ausstellungsbesuch hinaus



Es gibt Begegnungen,
deren Bedeutung man
erst Jahre später
versteht.



Isabell Radecke-Aurin
Leiterin Schuhmuseum Weißenfels

Kobi Levi
Designer

It's a perfect match

FÜNF WORTE, DIE ALLES VERÄNDERN

Ein Museumsdepot. Ein internationaler Designer. Eine Begegnung, die zunächst unscheinbar wirkt – und Jahre später den Beginn einer außergewöhnlichen Geschichte schreibt.

Eine Begegnung, die alles verändert.

2011 lernt die heutige Leiterin des Schuhmuseums Weißenfels, Isabell Radecke-Aurin, den israelischen Designer Kobi Levi im GRASSI Museum für Angewandte Kunst in Leipzig kennen. Seine Arbeiten faszinieren sie – mutig, humorvoll und einzigartig. Eine Begegnung, deren Bedeutung sich erst Jahre später zeigt.

Jahre später übernimmt sie die Leitung des Schuhmuseums Weißenfels. Mit einer der bedeutendsten historischen Schuhsammlungen Europas stellt sich eine entscheidende Frage:

Wie erzählt man Schuhgeschichte so, dass Menschen dafür bewusst nach Weißenfels reisen?

Auf die Frage, welchen zeitgenössischen Designer sie sich für eine Ausstellung wünschen würde, gibt es für sie nur eine Antwort: Kobi Levi.

Der Wunsch von Museumsleiterin Isabell Radecke-Aurin, Werke von Kobi Levi dauerhaft in die Sammlung des Schuhmuseums Weißenfels aufzunehmen, war der eigentliche Anfang dieser Geschichte. Über den Museumsverein – maßgeblich begleitet von Matthias Böttger – entstand der erste persönliche Kontakt zum Designer. Was mit dem Ankauf einzelner Exponate begann, entwickelte sich Schritt für Schritt zu einer vertrauensvollen Zusammenarbeit. Besuche in Tel Aviv und Weißenfels vertieften den Austausch

und führten schließlich zur Idee, Kobi Levis erste Einzelausstellung in Deutschland zu realisieren. Beim ersten gemeinsamen Rundgang durch das Depot geschieht etwas Unerwartetes. Zwischen historischen Schuhen aus mehreren Jahrhunderten und Kobi Levis visionären Entwürfen entstehen plötzlich erstaunliche Parallelen. Formen, Materialien und Ideen beginnen miteinander zu kommunizieren.

Nach wenigen Minuten sagt Kobi einen Satz, der später zur Leitidee der gesamten Ausstellung wird – und den Beginn von EVERLASTING markiert:

„It's a perfect match.“



Mehr als eine
Ausstellung. Ein
Grund, nach
Weißenfels zu
reisen. Ein inter-
national renom-
mierter Designer.
Eine der bedeu-
tendsten histo-
rischen Schuh-
sammlungen
Europas.
Doch eine Frage,
die weit über die
Gestaltung einer
Ausstellung hin-
ausgeht.

Das Schuhmuseum Weißenfels verfügt über einen außergewöhnlichen kulturellen Schatz. Doch außerhalb der Region kennen nur wenige Menschen die Sammlung – und noch weniger planen bewusst eine Reise dorthin.

Die Aufgabe bestand deshalb nicht darin, eine Ausstellung zu gestalten. Ziel war es vielmehr, Aufmerksamkeit zu schaffen. Neugier zu wecken. Einen Anlass zu geben, Weißenfels als Reiseziel neu zu entdecken.

Gleichzeitig galt es, zwei scheinbar gegensätzliche Welten miteinander zu verbinden: historische Schuhe aus mehreren Jahrhunderten und die visionären Entwürfe eines zeitgenössischen Designers. Ohne die Geschichte der Sammlung zu überlagern. Und ohne Kobis Arbeiten zu einer reinen Inszenierung werden zu lassen.

Die Ausstellung musste Vergangenheit und Gegenwart gleichermaßen gerecht werden und dabei eine gemeinsame Sprache finden, die Menschen berührt. Die Herausforderung bestand nicht darin, eine Ausstellung zu gestalten. Sondern eine Geschichte so zu erzählen, dass Menschen sich auf den Weg nach Weißenfels machen.





EVERLASTING SOLLTE SICH NICHT NUR ERZÄHLEN LASSEN – SIE SOLLTE AN JEDER STELLE ERLEBBAR SEIN. DESHALB ENTSTAND KEIN NEBENEINANDER EINZELNER KOMMUNIKATIONSMITTEL, SONDERN EIN DURCHGÄNGIGES GESTALTUNGSSYSTEM. JEDE ENTSCHEIDUNG FOLGT DERSELBEN IDEE UND ERZÄHLT DIESELBE GESCHICHTE.



Vom ersten Plakat bis zur letzten Objektbeschriftung, vom Logo über das Leitsystem bis zum Fotopoint – jedes Gestaltungselement wurde Teil derselben Erzählung.

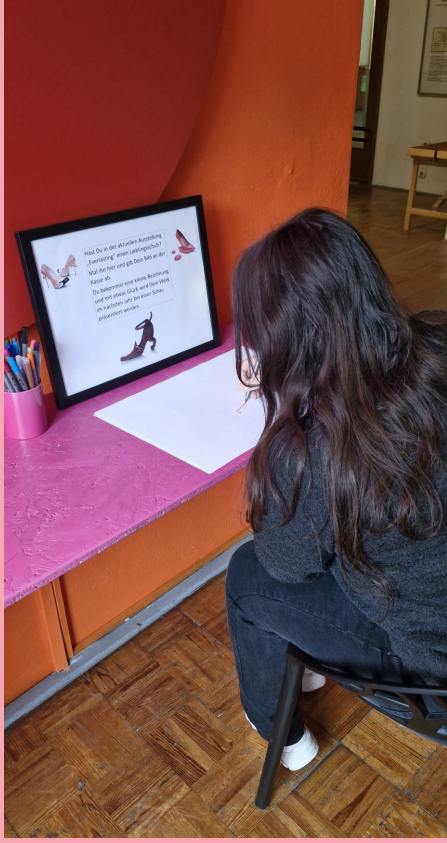
Der rote Punkt entwickelt sich zum Orientierungssystem. Farben strukturieren Themenräume. Typografie verbindet historische Sammlung und zeitgenössisches Design. Besucherinnen und Besucher begegnen dieser Sprache an jedem Berührungspunkt – bewusst oder unbewusst.

So entsteht keine Ausstellung mit vielen Einzelmaßnahmen.

Es entsteht eine Identität.

Die Stärke von EVERLASTING liegt nicht in einzelnen Kommunikationsmitteln. Sondern darin, dass alle Elemente dieselbe Geschichte erzählen.







EINE NEUE WAHRNEHMUNG

Mit EVERLASTING wurde schnell klar, dass diese Ausstellung mehr sein konnte als die Präsentation historischer und zeitgenössischer Schuhe. Die außergewöhnliche Verbindung zwischen der historischen Schuhsammlung des Museums und den visionären Entwürfen von Kobi Levi verlangte nach einer Gestaltung, die diese Geschichte nicht nur erzählt, sondern erlebbar macht.

Aus dieser Idee entwickelte sich eine eigenständige visuelle Identität – entstanden in enger Zusammenarbeit zwischen Museumsleiterin Isabell Radecke-Aurin, dem Museumsverein mit Matthias Böttger, Kobi Levi und refines.

Vier Menschen. Eine gemeinsame Vision.

Den Ausgangspunkt bildete das eigens entwickelte EVERLASTING-Logo. Der rote Punkt über dem „i“ war zunächst ein gestalterisches Detail. Im Zusammenspiel mit Kobi Levis ikonischem Schuh Blow erhielt er jedoch eine neue Bedeutung: Der rote Peep-Toe scheint den i-Punkt zu küssen. Aus diesem kleinen grafischen Element entwickelte sich das prägende Gestaltungselement der gesamten Ausstellung.

Der rote Punkt blieb nicht Teil des Logos. Er wurde zum Leitsystem. Als überdimensionales Orientierungselement führte er Besucherinnen und Besucher intuitiv durch die drei Etagen des Museums, verband Räume, Themen und Geschichten miteinander und wurde zu einem festen Bestandteil der Ausstellungsarchitektur. Was

als grafisches Detail begann, entwickelte sich zu einem räumlichen Erlebnis.

Diese Gestaltungsidee setzte sich konsequent über alle Berührungspunkte hinweg fort. Erscheinungsbild, Plakate, Banner, Booklet, Ausstellungsflyer, Besucherführung, Objektbeschriftungen, Social-Media-Kommunikation, Veranstaltungsformate und eigens entwickeltes Merchandise folgten derselben visuellen Sprache. Nicht als Sammlung einzelner Kommunikationsmaßnahmen, sondern als durchgängiges Markenerlebnis.

So entstand eine Ausstellung, die nicht nur informiert, sondern Orientierung schafft. Die nicht nur gestaltet, sondern erzählt. Und die nicht nur betrachtet, sondern erlebt wird.

EVERLASTING war mehr als eine Sonderausstellung. Sie gab dem Schuhmuseum Weißenfels eine neue visuelle Identität und eine neue Art, seine Sammlung zu erzählen.

EVERLASTING war kein Relaunch des Museums. Es war ein Relaunch seiner Wahrnehmung.





Menschen

Rund 10.000 Besucherinnen und Besucher bis Juli 2026.
Verlängerung bis Januar 2027.

Medien

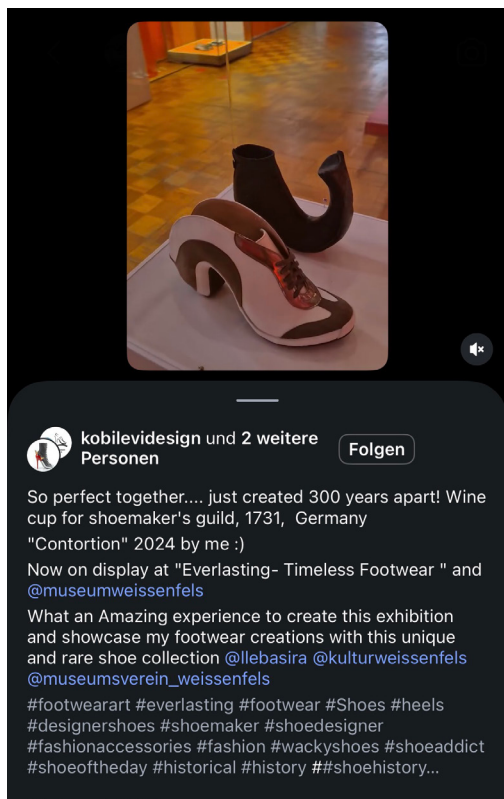
Regionale, nationale und internationale Berichterstattung in TV, Radio, Podcasts und Print machte EVERLASTING weit über Weißenfels hinaus sichtbar.

Resonanz

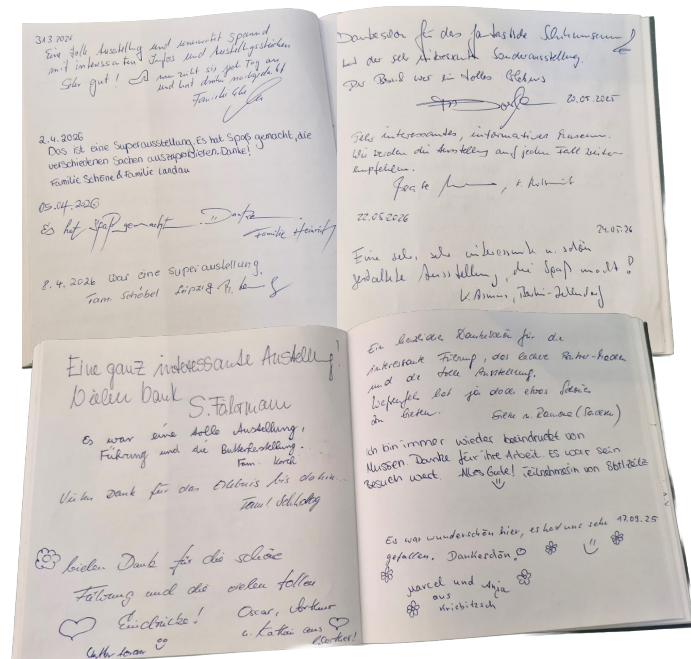
Social-Media-Beiträge mit über **140.000** Aufrufen und ausschließlich positives Besucherfeedback zeigten, dass die Geschichte weitererzählt wurde.

Perspektive

Der Erfolg wirkt über die Ausstellung hinaus. Erste Überlegungen sehen vor, EVERLASTING als Wanderausstellung weiterzuführen.



Die Herausforderung war, Menschen nach Weißenfels zu bringen. Die Antwort gaben sie selbst.



„Eine außergewöhnliche Verbindung aus Designgeschichte und Gegenwart.“

—MDR Sachsen-Anhalt

„Kobi Levis Schuhkreationen gelten international als Kunstwerke.“

—DIE ZEIT

Die besten Projekte entstehen, wenn Menschen dieselbe Vision teilen.



„BESONDERS BEEINDRUCKT HAT MICH, DASS MIT EINEM SO KLEINEN TEAM UND EINEM ÄUSSERST BEGRENZTEN BUDGET EINE SO BEEINDRUCKENDE AUSSTELLUNG AUF DIE BEINE GESTELLT WURDE. DAS ZEIGT, WAS MIT LEIDENSCHAFT, KREATIVITÄT UND GROSSEM ENGAGEMENT MÖGLICH IST. DIESE AUSSERGEWÖHNLICHE LEISTUNG WAR NUR DURCH DEN WEIT ÜBER DAS ÜBLICHE HINAUSGEHENDEN EINSATZ ALLER BETEILIGTEN UND DAS UNERMÜDLICHE EHRENAMTLICHE ENGAGEMENT ZU BEWÄLTIGEN.

AUCH DAS FEEDBACK, WELCHES UNS DURCH DIE BESUCHER ENTWEDER PERSÖNLICH ODER DURCH DIE EINTRÄGE IM GÄSTEBUCH GESPIEGELT WIRD, IST DURCHWEG POSITIV. BISHER GAB ES NICHT EINE NEGATIVE KRITIK ZUR AUSSTELLUNG. DIE IM VORFELD DER AUSSTELLUNG (UND AUCH WÄHREND DER UMSETZUNG) GEÄUSSERTEN VORBEHALTE BEZÜGLICH DER POLITISCHEN BRISANZ KONNTEN GLÜCKLICHERWEISE AUFGELÖST WERDEN.“

ISABELL RADECKE-AURIN
MUSEUMSLEITERIN MUSEUM WEISSENFELS



Manche Projekte enden mit
einer Ausstellung.
Die schönsten beginnen mit
Vertrauen.

Ines Dietrich

Ines Dietrich
Gründerin & Geschäftsführerin
refines GmbH

everlasting
Auf immer und ewig.
Zeitlose Schuhe.

EVERLASTING – Timeless Footwear
Marketingpreis Leipzig 2026 · Kategorie (Re)Launch

Gemeinsam realisiert von
Stadt Weißenfels
Museum Weißenfels im Schloss Neu-Augustusburg
Kobi Levi
refines GmbH

Marketingpreis-Einreichung
Konzept, Gestaltung und Redaktion
Ines Dietrich | refines GmbH

Bildnachweise
Stadt Weißenfels · Museum Weißenfels · Kobi Levi ·
refines GmbH

© 2026 refines GmbH

Konzept und Gestaltung
© 2026 refines GmbH
Alle Rechte vorbehalten

