

Schlussbericht - 36. Schaffhauser Jazzfestival 2025

Das SHJF 2025 war das letzte Festival unter der Leitung von Urs Röllin, dem Mitgründer und Leiter der letzten 35 Jahre. Es war ein fulminanter Schlusspunkt einer langen und intensiven Ära– mit zahlreichen Neuentdeckungen, Uraufführungen und CD-Releases, einer deutlichen Steigerung in Bezug auf Genderausgleich sowie einer gelungenen Mischung aus jungen und etablierten Musikerinnen. Neu hinzu kam dieses Jahr eine Bühne auf dem zentralen Fronwagplatz in der Altstadt von Schaffhausen. Dort wurden Masterprojekte von Studierenden der Hochschulen Lausanne, Luzern, Zürich und Basel erfolgreich präsentiert. Dank des Wetterglücks gab es viel Publikum für die jungen Jazzer*innen und damit wurde ein wichtiges Ziel der Kulturvermittlung erreicht.

Insgesamt resultiert eine große Zufriedenheit in Bezug auf alle Bereiche

Die Reichweite des Schaffhauser Jazzfestivals sowohl vor Ort als auch in den Medien wurde erhöhte. Ein besonderer Dank gilt allen langjährigen Partner für die wunderbare Zusammenarbeit. Besonders hervorheben möchten wir: die Stadt und den Kanton Schaffhausen, die Windler-Stiftung sowie die treuen Haupt- und Co-Sponsoren, welche das Festival nachhaltig abgesichert haben.

Ziele, die 2025 mehr als erfüllt wurden:

- Die Schweizer Jazzszene wurde erneut umfassend dokumentiert und repräsentiert.
- Dank der Fondation Suisa konnte das **Jazz Professionals Programm** nochmals durchgeführt werden – ein Netzwerkformat, das der Schweizer Jazzszene (allen voran den auftretenden Bands) den Kontakt zu nationalen und internationalen Veranstalter*innen ermöglichte.
- Dank der zwei Outdoor-Veranstaltungen bei bestem Wetter – in Stein am Rhein und in Schaffhausen – wurden mehr Menschen als je zuvor erreicht (ein Ziel im Vermittlungsbereich).

Kernbereiche:

- **Werkschau des Schweizer Jazz** im Kulturzentrum Kammgarn.
- **Vermittlungsprogramm:** Auftakt in Stein am Rhein (dank der Jakob-und-Emma-Windler-Stiftung) sowie das neu konzipierte **Street-Jazzfestival** auf dem Fronwagplatz mit Bands der Hochschulen Lausanne, Basel, Luzern und Zürich.
- **Jazz Professionals Programm:** Zweitägiger Austausch zwischen Schweizer Jazzmusiker*innen und Veranstaltenden aus dem In- und Ausland (inkl. «Speeddating»).

- **Jazzgespräche** als Plattform für Forschung und Austausch innerhalb der Schweizer Jazzszene: in Zusammenarbeit mit Hochschule Luzern – Musik, ZHdK, FHNW Jazz Basel, Pro Helvetia und SONART – Musikschaaffende Schweiz.
- **Professionelle Live-Streaming-Plattform** mit innovativem Finanzierungsmodell: Musiker*innen profitieren bereits ab dem ersten Stream (Dank an das Migros-Kulturprozent und den Kanton Schaffhausen für die Mitfinanzierung).
- **SRF-Engagement:** Interviews mit allen Bands (ein neues Format) auf der Kammgarnbühne; alle Konzerte werden auf die EBU-Plattform hochgeladen und sind dort für alle EBU-Mitglieder kostenfrei zugänglich.
 - On Air: Vorschau und Konzerte Zweitausstrahlungen in ihren Formaten auf SRF2 Kultur
- **Dreisprachige Festival-Homepage:** Ein wichtiger Schritt in Richtung nationale Sichtbarkeit und Inklusion.

Eckwerte:

1. **Genderbalance** erneut verbessert:
 - Werkschau: 4 Bandleaderinnen, 8 Bandleader

- Street-Jazz: angeglichen (60/40)
- Stein am Rhein: 3 Bandleaderinnen, 4 Bandleader
- Herkunft der Bands: 4 welsche und 7 deutschschweizerische Bands sowie eine aus dem romanisch sprachigen Gebiet

2. Publikumszahlen:

- Übertrafen den langjährigen Durchschnitt
- Besonders großer Zuspruch beim Auftakt in Stein am Rhein und beim neuen Street-Jazzfestival auf dem Fronwagplatz
- Werkschau Kulturzentrum Kammgarn: 1350 inkl. Freitickets Sponsoren, Netzwerkäste, Helfer*innen-Tickets und Musiker*innen Street Jazzfestival.
- Street- Jazzfestival: 4x100/Konzert und 1000 Laufpublikum
- Eröffnungsanlass Stein am Rhein: ca. 2700 und 500 Laufpublikum, inkl. Klangwanderungen (4x50)
- Jazzgespräche: 60
- Total BesucherInnen: 6010 Personen in 5 Tagen (Street-Jazzfestival und Stein am Rhein geschätzt)

3. Jazz Professionals Programm:

- Wurde aufgrund des Budgets etwas verkleinert
- Dennoch war die Teilnahme rege v.a. beim «Speeddating» an den beiden letzten Festivaltagen

4. EBU-Reporter vor Ort:

- Michael Rüsenberg (Deutschlandfunk),
- Patrick Španko (Radio Bratislava),
- Václav Vrány (Tschechisches Radio)

5. Festivalplakat:

- Entworfen von der jungen Schaffhauser Illustratorin Mariana Gafrilidi

6. 22. Schaffhauser Jazzgespräche:

- Zum dritten und letzten Mal kuratiert von Anicia Kohler
- Thema: **Mentale Gesundheit von Musiker*innen**

7. Street-Jazzfestival (neu) auf dem Fronwagplatz:

- Viel begeistertes Publikum
- Die Masterstudierenden der vier Hochschulen präsentierten sich spielfreudig und überzeugten

8. Auftaktprogramm Stein am Rhein:

- Sehr erfolgreich, musikalisch vielseitig, mit grossem Publikumsaufmarsch
- Neu: Kirche Burg als Konzertort – Ania Losinger & Mats Eser mit ihrer Tanz-/Minimal-Music-Performance
- Julian Sartorius' Klangwanderungen («Der Mann der tausend Klänge») waren ausgebucht (es gab bis zu 50 Besucher*innen/Führung)

Werkschau:

Das musikalische Niveau war durchgehend sehr hoch. Jeder Festivalabend konnte sowohl inhaltlich als auch dramaturgisch überzeugen. Die Werkschau war stimmungsvoll, abwechslungsreich, gut besucht – mit positiven Überraschungen und Neuentdeckungen.

Neu:

SRF präsentierte vor und z.T. zwischen den Konzerten Interviews mit den Bandleader*innen auf der Bühne – vom Publikum sehr geschätzt.

Alle Konzerte wurden als hochwertiger **Live-Stream in Bild und Ton** aufgezeichnet.

Die Bands erhalten:

- Kostenfreie Audioaufzeichnung
- Professionelles Live-Foto (Peter Pfister) zur freien Verwendung
- Veröffentlichung der Audiomitschnitte in der EBU-Datenbank – ein enormer Mehrwert für die Sichtbarkeit

Wichtiges Thema für die Zukunft:

Die Produktionskosten steigen weiter, während Radiostationen zunehmend keine Budgets mehr für Mitschnitte bereitstellen. Die Kostenlast liegt bei den Veranstaltenden – eine Lösung dafür ist dringend erforderlich, um die Dokumentation weiterhin sicherzustellen.

Rahmenprogramm:

22. Schaffhauser Jazzgespräche:

- Thema: Mentale Gesundheit von Musikerinnen*
 - Kuratiert von Anicia Kohler, die viel recherchiert hatte und optimal vorbereitet war
 - Veranstaltungsort: Kunstraum Vebikus (akustisch leider etwas hallig wegen der nahen Baustelle)
 - Aufgezeichnet und auf YouTube abrufbar
-

Jazz Professionals Programm:

Unterstützt von der **Suisa-Stiftung** (und Hotelübernachtungen Pro Helvetia)

- Teilnahme: ca. 30 Musiker*innen, 10 Veranstaltende
 - Internationale Veranstaltende: u.a. Jazz Fest Sarajevo, Porgy & Bess Wien, Fasching Stockholm, Vortex Club London
 - Nationale Veranstaltende: z.B. JazzChur, Festival Jazz Linard, Bird's Eye Basel
 - «Speeddating»-Format: intensiv genutzt, viele neue Kontakte und «Deals»
-

Medienberichterstattung:

- **Print & Online:**

- Schaffhauser Nachrichten mit täglicher, engagierter Berichterstattung
- Jazz'n'More ebenfalls präsent
- CH Media (inkl. Thurgauer Zeitung, St. Galler Tagblatt etc.) berichtete 2025 leider nicht

- **Online international:**

- UK Jazz News, Virgin Jazzface, Jazzwise (EN)
- citizenjazz (FR), NRW Jazz, Jazz-Fun.de (DE)

(Siehe detaillierte Presseschau)

Social Media:

Betreuung: **Tabea Hablützel**

- Plattformen: Facebook, Instagram, Twitter/X, LinkedIn, YouTube
- Reichweite wurde gesteigert mit professionellem und emotional starkem Storytelling, das auch «behind the scenes» leuchtete

- Ziele klar erreicht
- Statistiken siehe Beiblatt

Live-Streaming on YourStageLive:

- Auswertung und Statistik siehe Beiblatt

Inside SHJF – Personelles:

Joscha Schraff übernimmt nach einem Jahr Assistenz ab 2026 die **künstlerische und operative Leitung** des Festivals. Ein neuer Vereinsvorstand wurde gewählt.

Die bisherige Crew unter Leitung von Urs Röllin wünscht viel Erfolg und alles Gute für die Zukunft!

A woman with dark, wavy hair and bangs is performing on stage. She is wearing a sleeveless, shimmering gold sequined dress. She is holding a double bass (upright bass) and singing into a vintage-style microphone. The background is a solid dark blue.

SCHAFFHAUSER JAZZFESTIVAL

SOCIAL MEDIA &
VIDEOPRODUKTION

2025

Social Media

Start mit den Posts ca. 2 Monate vor dem Festival.

17 Posts, um die Künstler:innen vorzustellen

5 Posts mit dem jeweiligen Tagesprogramm

3 Posts mit anderen Informationen

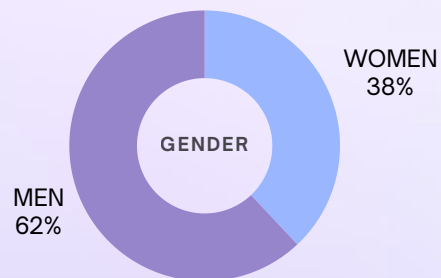
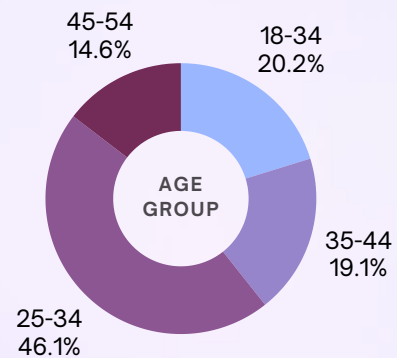
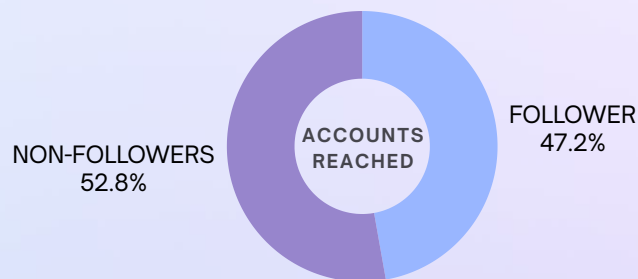
Posts: 24
Likes: 347
Ø Likes: 14



Video Content

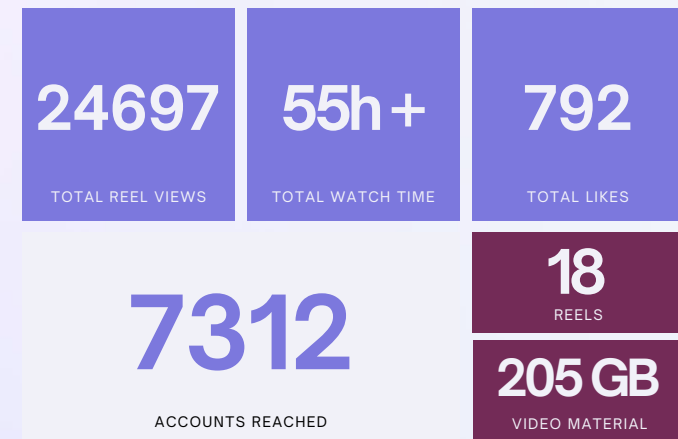
Mit dem Video Content am Festival haben wir 50 % Non-Followers erreicht, also Leute, die dem Schaffhauser Jazzfestival auf Instagram nicht folgen.

Ausserdem haben wir mit dem Content eine jüngere Zielgruppe erreichen können.



Spannende Zahlen

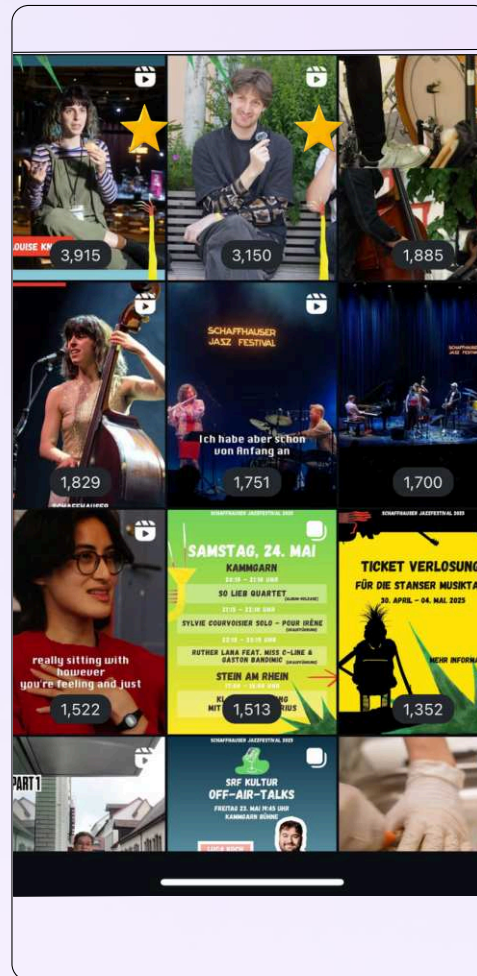
Während den 5 Tagen Festival haben wir **18 Reels** produziert und auf dem Instagram-Kanal gepostet. Das sind die Zahlen per: 20.06.2025



SCHAFFHAUSER JAZZFESTIVAL 2025 | 18.05 - 24.05

Content Performance

★ Posts mit 2000+ Views



Fazit

Wir haben dieses Jahr etwas weniger Views/Likes und Interaktionen erreicht, was wahrscheinlich mehrheitlich mit dem Instagram Algorithmus zu tun hat.

Was aber gut zu funktionieren scheint, sind die kurzen Ausschnitte aus Interviews, wie mit Lousie Knobil und Hypergarden. Alleine diese beiden Reels sind für 22 Stunden Watch Time verantwortlich.

Diese Videos bieten direkten Mehrwert an die Viewers und werden auch gerne von den Künstler:innen geteilt.

Die Bandankündigungen im Voraus mittels Instagram Posts bringen weiterhin nicht ein grosses Engagement aber sind für die Vollständigkeit des Online Auftritts sicher ein Nice-to-have.

Bemerkung: Die Videos die von yourstage.live erstellt werden, wurden in der Statistik nicht berücksichtigt.



www.tabeaproduction.com

tabea@tabeaproduction.com

8200 Schaffhausen





Pre-Festival Kampagnen 2025

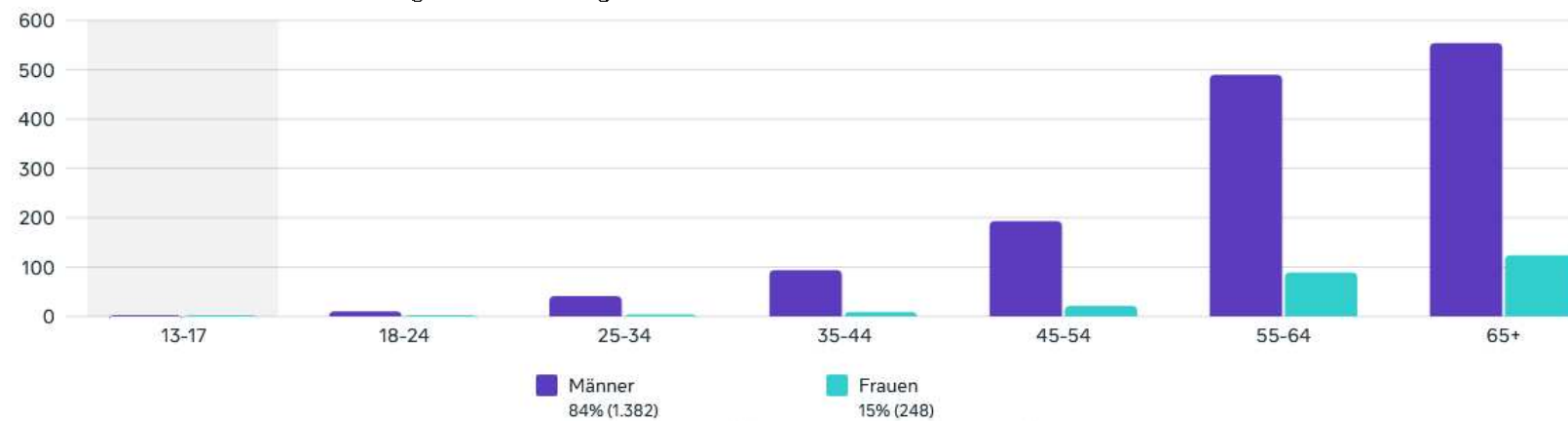
Bis zum 20.05. wurde das Online Dossier zum Festival unter <https://yourstage.live/pages/schaffhauser-jazzfestival-2025> aktiv und kostenpflichtig beworben.

Hierdurch wurden erzielt:

Link-Klicks ⓘ

1.643

Erzielte Alters- und Geschlechterverteilung stellte sich wie folgt da:





Zugriffe auf Landingpage 2025

Bis zum 14.07. wurde das Online Dossier zum Festival und die jeweiligen Unterseiten wie folgt besucht mit Herkunft aus:

Anzahl insgesamt	1.400 100 % der Gesamtsumme	Anzahl insgesamt	1.400 100 % der Gesamtsumme
/pages/schaffhauser-jazzfestival-2025	1.123 (80,21 %)	Türkiye	850 (60,71 %)
//pages/schaffhauser-jazzfestival-2025	49 (3,5 %)	Switzerland	361 (25,79 %)
/programs/kammgarn-schaffhauser-jazzfestival-2025-zumthor-books-alcohol-sextet	37 (2,64 %)	United States	55 (3,93 %)
/programs/kammgarn-schaffhauser-jazzfestival-2025-christy-doran-urs-leimgruber	30 (2,14 %)	Germany	36 (2,57 %)
/programs/schaffhauser-jazzfestival-2025	23 (1,64 %)	Italy	19 (1,36 %)
/programs/kammgarn-schaffhauser-jazzfestival-2025-knobil	18 (1,29 %)	Netherlands	18 (1,29 %)
/programs/kammgarn-schaffhauser-jazzfestival-2025-so-lieb-quartett	17 (1,21 %)	France	13 (0,93 %)
/programs/kammgarn-schaffhauser-jazzfestival-2025-sylvie-courvoisier	17 (1,21 %)	(not set)	10 (0,71 %)
/programs/kammgarn-schaffhauser-jazzfestival-2025-ruther-lana-miss-c-line	15 (1,07 %)	Sweden	8 (0,57 %)
/programs/kammgarn-schaffhauser-jazzfestival-2025-cork-5	14 (1 %)	Japan	6 (0,43 %)



REFERENZIERUNG 2025 vs. 2024*

Eine nachhaltige Grösse zur Quanti- und Qualifizierung der Auffindbarkeit von Jazzfestival-Inhalten (organisch, referenziert, bezahlt etc.) ist die Herkunft der Zuschauer.

Im Vergleich mit 2024 haben sich die direkten Zugriffe auf das Festival Dossier unter <https://yourstage.live/pages/schaffhauser-jazzfestival-2025> um ca. 35% gesteigert.

2025

Anzahl insgesamt		1.646
		100 % der Gesamtsumme
1	Direct	1.102 (66,95 %)
2	Organic Social	167 (10,15 %)
3	Organic Search	172 (10,45 %)
4	Referral	172 (10,45 %)
5	Organic Video	27 (1,64 %)
6	Cross-network	1 (0,06 %)
7	Paid Search	1 (0,06 %)
8	Paid Social	1 (0,06 %)
9	Unassigned	6 (0,36 %)

2024

Anzahl insgesamt		586
		100 % der Gesamtsumme
1	Direct	395 (67,41 %)
2	Organic Search	90 (15,36 %)
3	Referral	58 (9,9 %)
4	Organic Social	42 (7,17 %)
5	Organic Video	1 (0,17 %)

* Zeitraum: 19. Mai bis 14. Juli 2025 + 20. Mai bis 15. Juli 2025

Ursache hierfür sind u.a.:

- A.) Gestiegene Bekanntheit von YourStage.live inkl. eigener Massnahmen (z.B. Newsletter)
- B.) Verstärkte Referenzierung über jazzfestival.ch
- C.) Höhere Anzahl an Abonnenten auf YourStage.live im Vergleich zu 2024
- C.) Etablierte Kooperation mit dem Festival und Bewusstsein über das ergänzende Angebot

Positiv lässt sich die organische Auffindbarkeit des Streaming-Angebotes auf Instagram und Google einordnen.

Diese «wenig» beeinflussbare (organische) Sichtbarkeit ist zurückzuführen auf eine bewusste Suche nach Inhalten zum Festival inkl. der gestiegenen Akzeptanz der organischen Suchergebnisse (Organic Search) und der Referenzierung durch Social Media Inhalte (Organic Social) mit resultierendem Interesse am Streaming Angebot und Besuch von www.yourstage.live.



Aktive Zuschauer aus....

Vom 19.05. bis 14.07. wurden die Inhalte kostenpflichtig konsumiert aus folgenden Ländern:

Views & Watch Time by Country			
Country ☺		Views ☺ ↓	Watch Time
Switzerland	124	<div><div></div></div>	61 h 43 min
United States		10 <div><div></div></div>	2 h 15 min
Germany		9 <div><div></div></div>	15 h 16 min
Canada		1 <div><div></div></div>	0 min
Italy		1 <div><div></div></div>	1 min
Romania		1 <div><div></div></div>	1 min
Total		146	79 h 16 min



FAZIT STREAMING SCHAFFHAUSER JAZZFESTIVAL 2025

Mit der digitalen Präsenz auf YourStage.live erreichte das Schaffhauser Jazzfestival 2025 *1.400 Zuschauer* online im Zeitraum 20. bis 14.0-7.2025 und hatte 97 aktive Zuschauer auf YourStage.live.

Das kostenpflichtige Live- und VOD-Streaming erzielte einen *Gesamtumsatz brutto* von CHF 205.69. Nach Abzug von MwSt., Suisa Abgaben und Transaktionskosten gingen CHF 124.51 an die Künstler und Künstlerinnen des Festivals.

Weiterhin erhalten die Künstler auf Nachfrage Zusammenschnitte der Auftritte zu reinen Selbstkosten und auf expliziten Wunsch auch das Gesamtmaterial gegen Zahlung eines subventionierten/ geringen Produktionskostenbeitrages.



EMPFEHLUNG FÜR 2026

- Zwingende Einbeziehung der Künstler und Künstlerinnen in der Bewerbung ihrer eigenen Auftritte vor Ort wie auch online im Live-Stream
- Präsenz von YourStage.live inkl. Hinweis auf die digitale Verfügbarkeit auf Plakaten, Tickets etc.
- Vor Ort Flyer auslegen für Besucher mit Gutschein-Code zum Wiederschauen von Konzerten
- Kooperationen mit Institutionen und Medien zur Reichweitensteigerung der Zuschauer Online
- Conversions der Social Media Aktivitäten vorab festlegen, messbar machen und Auswerten (z.B. Webseitenbesuche, Ticketkäufe vor Ort, Abo-Abschlüsse online etc.)

