



VFF  
MARKETING  
AWARD  
2026



# Kategorie: Bestes Video

---

Mini-Dokumentation zur Azubi-  
Anwerbung im Ausland



[timm-fensterbau.de](http://timm-fensterbau.de)

# Nishan

Fachkräftemangel im Handwerk ist operative Realität. Ausbildungsplätze bleiben unbesetzt, Betriebe müssen Aufträge ablehnen.

Die klassischen Recruiting-Kanäle liefern nicht mehr genug Kandidaten. Gleichzeitig herrscht Unsicherheit: Funktioniert internationale Fachkräftegewinnung? Was bedeutet das für den Betrieb? Wie geht man mit kulturellen Unterschieden, Sprachbarrieren und bürokratischen Hürden um?

Die meisten Unternehmen kommunizieren internationale Fachkräftegewinnung, wenn überhaupt, als fertige Erfolgsstory: polierte Hochglanzbilder, perfekte Integration, glückliche Gesichter. Das Problem: Diese Darstellung hilft niemandem. Weder potenziellen Bewerbern, die realistische Erwartungen brauchen, noch anderen Betrieben, die vor derselben Frage stehen.





Die Herausforderung: Wie zeigt man internationale Fachkräftegewinnung authentisch – mit allen Unsicherheiten, Herausforderungen und echten Momenten.

Statt einer produzierten Recruiting-Kampagne haben wir eine Mini-Dokumentation über Nishans erste Wochen bei TIMM gedreht. Keine inszenierten Szenen, keine Drehbücher. Nishan bei der Arbeit, im Gespräch mit Kollegen, beim Ankommen in Deutschland.





Wir haben Nishan auf Nepali interviewt, damit er frei sprechen kann, ohne nach deutschen Worten suchen zu müssen. Die Übersetzung übernahm unser Partner NSST. Was hat ihn motiviert, nach Deutschland zu kommen? Wie sind die Kollegen? Wie ist die Arbeit im Unternehmen? Die Antworten sind ungefiltert – ehrlicher als jedes deutsche Interview es hätte sein können. Die zentrale Botschaft des Films ist nicht "wir sind toll" oder "internationale Fachkräftegewinnung funktioniert perfekt". Ehrlichkeit schafft Vertrauen.

Mit dem fertigen Film im Gepäck ging es Anfang 2026 wieder nach Nepal. Direkte Gespräche, Workshops und den Film als direkte Referenz. Das Ergebnis: Voraussichtlich 2-3 neue Auszubildende für 2026 - Glaser, Tischler, Metallbauer. Der Film hat funktioniert, weil er authentisch war und Nishans Erfahrung auf ehrliche Art und Weise widerspiegelt.

