



sponsored by



Der Prism Award der International Coaching Federation Deutschland zeichnet jährlich ein besonders herausragendes Coaching Angebot in Unternehmen und Organisationen im deutschsprachigen Raum aus, welches mit geprüfter Qualität, sorgfältiger Evaluation sowie Innovation und Leidenschaft ein „Leuchtturm“ für die Coachingbranche ist, indem es wirkungsvoll die Unternehmensstrategie unterstützt, ein Coaching-Mindset bei den Mitarbeitern und Führungskräften ausbildet und damit eine Coachingkultur im Unternehmen etabliert. Rein technische Software-Programme oder reine Trainings sind dafür eher nicht geeignet. Dennoch sind sogenannte Blended Learning Programme, in denen Coaching als ein eigenständiges Modul integriert ist, durchaus zugelassen.

Die Bewertung findet in einem dreistufigen Prozess von einer unabhängigen und zur absoluten Vertraulichkeit verpflichteten Jury aus Experten der deutschsprachigen Coachingbranche statt, die in sehr gute Coachingsausbildungen an Universitäten involviert sind, etablierte Fachautoren oder Medienvertreter der Branche sind, HR Professionals sind oder aber federführend Prism Award Preisträger-Angebote aufgebaut haben.

Der Bewertungsprozess:

1. Stufe: Scoring → Shortlist
2. Stufe: Interview → Finalists
3. Stufe: Diskussion → Prism Award Gewinner

Die Vergabe des Prism Awards der ICF Deutschland und der Bewertungsprozess wird vom mehrköpfigen Projektteam unter der Leitung von Dr. Geertje Tutschka, PCC gesteuert, welches vom Partner RELEVANT Management Beratung (Hogan Ass. Distr.) mit dem Team um Dr. René Kusch unterstützt wird. Begleitet wird der Vergabeprozess zudem vom Team der Ethikkommission der ICF Deutschland.

Die Profile der Mitglieder des Projektteams, des Partner-Teams sowie der diesjährigen Jury finden Sie auf der Webseite [www.coachingtag.com](http://www.coachingtag.com).

Bitte melden Sie sich zunächst über [info@coachfederation.de](mailto:info@coachfederation.de) an, um das Handbuch „Qualitätsmanagement im Einzelcoaching“ und die Prism Gala Tickets mit der Teilnahmegebühr zu bestellen.

Die folgenden Informationen und Antworten benötigen wir dann von Ihnen im online Formular, um Ihr Coaching Angebot von der Jury beurteilen lassen zu können. Sie finden hier weiterführende und detailliertere Angaben als im online Formular. Bitte nicht mehr als die angegebene Anzahl an Wörtern in die Textfelder einfügen.

## I. Allgemeine Kontaktdaten über die Organisation/Firma:

- Organisation / Firma
- Website
- Bezeichnung des Coaching-Angebots
- Branche
- Mitarbeiterzahl DACH
- Anrede
- Name Einreicher/in
- Funktion Einreicher/in E-Mail
- Telefon
- Gebühr bezahlt

## II. Rahmendaten zum Coachingangebot

Kurze Zusammenfassung des Angebots (max. 500 Wörter):

- Welche Maßnahme wird wem für wie lange wozu zur Verfügung gestellt?
- Was macht Ihr Angebot besonders?
- Warum hat es den ICF D Prism Award verdient?

Investment: Pro-Kopf-Kosten, Kosten aller Coachingstunden, Zeitrahmen des Coachingangebots  
(Achtung: nicht länger als 3 Jahre zurückliegend und nicht weniger als 1 Jahr)

Investment: Wie viele Coachingstunden wurden insgesamt geleistet?

Investment: Wie hoch ist das Gesamt- Budget?

Wie viele externe Coaches sind in Ihrem Pool gelistet?

Wie viele intern beschäftigte Coaches sind in Ihrem Pool gelistet?

Anzahl der Teilnehmer des Angebots bisher insgesamt:

Anzahl der Teilnehmer des Angebots zur Zeit der Abgabe:

## III. Standards und Verfahren

Wie viele externe Coaches haben seit einem Jahr Sitzungen gehalten?

Wie viele dieser Coaches sind jeweils prozentual zertifiziert durch ICF, EMCC, dbvc?

Wie viele interne Coaches haben seit einem Jahr Sitzungen gehalten?

Wie viele dieser Coaches sind jeweils prozentual zertifiziert durch ICF, EMCC, dbvc?

Nach welchen Kriterien suchen Sie die Coaches aus?

Auf welche Coachingkonzepte und wissenschaftliche Theorien stützen sich die Coachs?

Was hat dazu geführt, dass nur interne/nur externe Coaches oder interne und externe Coaches gemischt in Ihrer Organisation tätig sind?

*Bitte lesen Sie die folgende Definition, bevor Sie die nachstehenden Fragen beantworten.*

**Coach-spezifische Ausbildung:** eine Ausbildung, die Coaching-Kompetenzen und/oder die Anwendung technischer Fertigkeiten in Coach-ähnlicher Weise vermittelt und Theorien und Kernkompetenzen des Coachings umfasst, die eine Person auf die Praxis als professioneller Coach vorbereiten sollen.

Wie hoch ist der durchschnittliche Umfang in Stunden einer Coach-spezifischen Ausbildung, die erforderlich ist, um sich als interner Coach zu qualifizieren?

- Dropdown:

- Zwischen 1 - 30 Stunden
- 31 – 59 Stunden
- 60 – 124 Stunden
- 125 – 199 Stunden
- 200 Stunden und mehr
- Wir nutzen keine internen Coaches

Wenn die Organisation interne Coaches einsetzt: Welche Coaching Ausbildungen werden derzeit für interne Coaches angeboten? (Kreuzen Sie alle zutreffenden Punkte an).

- Intern über die HR der Organisation
- Programm, das von einem Coaching-Verband akkreditiert ist
- Programm, das NICHT von einem Coaching-Verband akkreditiert ist
- Von einem universitätsbasierten Programm, das von einem professionellen Coaching Verband akkreditiert wurde
- Von einem universitätsbasierten Programm, das NICHT durch einen professionellen Coaching Verband akkreditiert ist
- Von internen Trainern
- Von externen Trainern
- Andere

Welche der folgenden Angebote bieten Sie an, um die Entwicklung von internen Coaches zu unterstützen? (Kreuzen Sie alle zutreffenden Punkte an).

- Eine Coaching-Praxisgemeinschaft zum Ideen-Austausch
- Mentor Coaching
- Coaching Supervision
- Kollegen-Coaching (Peer-Coaching)
- Zusätzliche Möglichkeiten für Coach-spezifische Trainings
- Unterstützung bei der Erlangung von Coaching-Zertifikaten
- Anderes
- Die Organisation hat keine Angebote zur Unterstützung der Entwicklung für interne Coaches
- Die Organisation setzt keinen internen Coaches ein

Geben Sie Beispiele dafür an, wie das Coaching in der Organisation so entwickelt und umgesetzt wurde, dass das Engagement für strenge professionelle Standards, Branchenexzellenz oder beste Praktiken innerhalb des Organisationscoachings hervorgehoben wird.

*Beispiele könnten u.a. die folgenden Punkte umfassen, aber nicht darauf beschränkt sein:*

- *War das Vorhandensein einer Schlichtungsstelle bzw. Ethik-Kommission des Berufsverbandes bei der Auswahl wichtig?*
- *Wie stellen Sie die Einhaltung ethischer Standards, wie bspw. Vertraulichkeit im Coaching sicher?*
- *Die Organisation setzt externe oder interne Coaches ein, die eine EMCC-, dbvc-, oder ICF-Zertifizierung besitzen.*
- *Interne Coaches haben an akkreditierten Coach-spezifischen Schulungen teilgenommen*
- *Personen, die Mitarbeitern eine Coach-spezifische Ausbildung anbieten, haben ein akkreditiertes Coach-Ausbildungsprogramm absolviert*
- *Den Coaches wurde Mentor-Coaching und/oder Coaching-Supervision angeboten*
- *Der ICF-Ethikkodex wurde in der Coaching-Vereinbarung mit der Organisation als Ressource identifiziert*
- *Coaching-Vereinbarungen legen ausdrücklich die Beziehung zwischen Coach, Klient und anderen Stakeholdern fest (z.B. Vorgesetzter, HR, andere Entscheidungsträger der Organisation)*
- *Evidenzbasierter Ansatz durch Coach-Ausbildung und/oder Durchführung von Coaching*

*Detaillierte Antwort (500 Wörter oder weniger)*

Wie matchen Sie Coaches und Coachees? (max. 250 Wörter)

#### IV. Bedeutung für Ihre Organisation (Strategie)

Haben alle Mitarbeiter in der Organisation die gleiche Chance, von einem professionellen Coach betreut zu werden? Ja/nein

Wem wird der Zugang zu einem externen Coach angeboten? (Kreuzen Sie alle zutreffenden Punkte an).

- Berufseinsteiger
- Mitarbeiter der mittleren Ebene
- Leitende Angestellte
- High-Potentials
- Teams
- Die Organisation setzt keine externen Coaches ein

Wem wird der Zugang zu einem internen Coach angeboten? (Kreuzen Sie alle zutreffenden Punkte an).

- Berufseinsteiger
- Mitarbeiter der mittleren Ebene
- Leitende Angestellte
- High-Potentials
- Teams
- Die Organisation setzt keinen internen Coaches ein

Welcher der folgenden Faktoren hatte den größten Einfluss auf die Entscheidung der Organisation, Coaching anzubieten? (Wählen Sie nur 3 aus)

- Mitarbeiterleistung erhöhen
- Verbesserung der Teamarbeit
- Entwicklung von Führungskräften beschleunigen
- Produktivität steigern
- Beschleunigen der Einarbeitung (in neue Rollen und/oder die Organisation)
- Verbesserung der Kommunikationsfähigkeiten
- Verbesserung der Entscheidungsfindung
- Kosten reduzieren
- Steigerung des Wohlbefindens der Mitarbeiter
- Verbesserung der Kundenzufriedenheit
- Managen der Mitarbeiterleistung

Geben Sie konkrete Beispiele dafür, wie organisatorische Ziele, strategische Prioritäten oder Bedürfnisse am Arbeitsplatz durch Coaching angegangen werden.

*Beispiele könnten u.a. die folgenden Punkte umfassen, aber nicht darauf beschränkt sein:*

- *Coaching ist auf die Mission, Vision, Kernwerte, Kultur oder Verhaltensweisen des Unternehmens abgestimmt.*
- *Coaching kann klar auf aktuelle organisatorische Ziele/Zielsetzungen abgebildet werden*
- *Coaching unterstützt durch gezielte Zuweisung von personellen und/oder finanziellen Ressourcen*
- *Coaching hat sich als anpassungsfähig erwiesen bzw. hat sich entwickelt, um schnell aufkommende Mitarbeiter-/Organisationsbedürfnisse zu befriedigen*
- *Coaching ist zu einem grundlegenden Element der Teambildungsprozesse der Organisation geworden*  
- *Coaching greift die Erfahrungen aus Entwicklungsprogrammen der Vergangenheit auf und führt sie weiter*

*Detaillierte Antwort (500 Wörter oder weniger)*

## V. Wirkung (Evaluation, Qualitätssicherung)

*Bitte beachten Sie die folgende Definition, bevor Sie die nachstehenden Fragen beantworten:*

**Return on Expectations (ROE):** *die Erfüllung von nicht-monetären individuellen und/oder organisatorischen Zielen, die vor Beginn des Coachings festgelegt wurden.*

Welche Methoden wenden Sie an, um die Wirksamkeit von externen Coaches zu bewerten?  
(Kreuzen Sie alle zutreffenden Methoden an).

- Abwesenheitsraten
- Bewertung der Zufriedenheit der Coaching-Klient:innen
- Bewertung des Mitarbeiterengagements
- Befragung zu Mitarbeiterzufriedenheit
- Feedback der Coaches
- Leistungsbeurteilungen
- Beförderungsraten
- Return on expectations (ROE) für Coachees
- Return on Expectations (ROE) für die Organisation
- Return on Investment (ROI)
- Andere
- Die Organisation setzt keine externen Coaches ein

Welche Methoden wenden Sie an, um die Wirksamkeit von internen Coaches zu bewerten?  
(Kreuzen Sie alle zutreffenden Methoden an).

- Abwesenheitsraten
- Bewertung der Zufriedenheit der Coaching-Klient:innen
- Mitarbeiterengagement
- Bewertung der Mitarbeiterzufriedenheit

- Feedback der Coaches
- Leistungsbeurteilungen
- Beförderungsraten
- Return on expectations (ROE) für Coachees
- Return on Expectations (ROE) für die Organisation
- Return on Investment (ROI)
- Andere
- Die Organisation setzt keinen internen Coaches ein

Geben Sie alle beobachtbaren und messbaren Details an, die den Wert, den Einfluss oder die Wirksamkeit von Coaching unterstreichen.

*Beispiele könnten u.a. die folgenden sein, ohne darauf beschränkt zu sein:*

- *Wie sichern Sie die andauernde **Qualität** des Coachings?*
- *Was macht das Coachingangebot für den aktuellen Kontext des Unternehmens innovativ, kreativ und wirksam?*
- *Wonach wählen Sie Methoden aus? Wie berücksichtigen diese Individualität, Lernstile usw.?*
- *Setzen Sie Lern- bzw. Entwicklungspläne im Rahmen des Coachingangebots ein?*
- *Integration von Coaching gemessen an der Anzahl der Mitarbeiter/dem Anteil der Mitarbeiter, die Coaching erhalten*
- *Mitarbeiter, die Coaching erhalten haben, geben positive Zeugnisse ab, die die Breite und/oder Tiefe der Coaching-Initiative demonstrieren*
- *Mitarbeiterindikatoren, die ein erhöhtes Maß an Engagement und Wohlbefinden am Arbeitsplatz belegen (z.B. verminderter Stress, erhöhte Belastbarkeit, Zielerreichung)*
- *Return on Expectations (ROE)-Messungen lieferten nicht-monetäre Mitarbeiterziele, die vor der Implementierung der Coaching-Initiative identifiziert wurden*
- *ROI-Messungen (ROI = Return on Investment), die für Bereiche berechnet wurden, in denen die finanziellen Geschäftsergebnisse im Vordergrund standen, oder für alle betroffenen Zielbereiche, die in einen Geldwert umgewandelt werden können.*

*Detaillierte Antwort (500 Wörter oder weniger):*

## VI. Nachhaltigkeit

Welche der folgenden Aussagen beschreibt die Verfügbarkeit eines Budgets für Coaching in der Organisation am besten? Wählen Sie aus.

- Coaching ist gesetzt bei uns und hat ein festes Budget
- Bei zusätzlichen Mitteln können sie für Coaching eingesetzt werden
- Nur bei soliden Resultaten können Mittel für Caching beantragt werden.
- Es fällt schwer, Mittel für Coaching zu beantragen oder zu bekommen

Wie ist das Budget in der Zukunft gesichert? Wer verantwortet und sponsert das Coachingangebot? (max 250 Wörter)

Geben Sie Beispiele dafür an, wie sich Coaching in die Struktur der Organisation eingebettet hat, oder nennen Sie Pläne zur Weiterentwicklung/Erweiterung von Coaching.

*Beispiele könnten u.a. die folgenden Punkte umfassen, aber nicht darauf beschränkt sein:*

- *Die Organisation hat Coaching-Advokaten in leitender Führungsposition, die die Coaching-Strategie wirksam vermitteln können.*
- *Coaching hat sich im Vergleich zu anderen Ansätzen als bevorzugte Lösung positioniert*
- *Coaching als Modalität in zukunftsorientierten Bereichen (z.B. Talentmanagement, Nachfolgeplanung, Mitarbeiterentwicklung)*
- *Coaching zeigt langfristige Belastbarkeit der organisatorischen Infrastruktur/Betriebsbudget*
- *Führungsstile haben sich durch das Coaching positiv verändert*

*Detaillierte Antwort (500 Wörter oder weniger)*

## VII. Zusätzliche Dokumente für den ICF Germany Prism Award (pdf/jpg)

*Hier können Sie Material einreichen, um die essentiellen, innovativen, prozessorientierten Aspekte zu veranschaulichen.*

*Dabei sind die beigelegten Materialien auf eine Datei limitiert, z.B.*

- 1. Planungsunterlagen*
- 2. Pressemitteilungen*
- 3. Fotos und Broschüren*
- 4. PowerPoint-Präsentationen (nicht mehr als 10 Folien)*
- 5. Filme (nicht länger als 3 Minuten) – nur Link und kurze Beschreibung angeben*
- 6. Online-Material (Websites, Intranet, Screenshots, Links, Programme, Accounts bei sozialen Netzwerken, Videos auf Online-Plattformen usw.)*

Einreichungen für den Prism Award nehmen wir von Anfang Mai bis 15. Juli 2021 um 24.00 Uhr (Berlin) unter [coachingtag.com/prism-award](https://coachingtag.com/prism-award) entgegen. Nur Bewerbungen, die bis zum Ablauf der Nominierungsfrist über die Online-Auszeichnungsplattform des ICF eingereicht werden, werden für die Verleihung des Internationalen ICF Prism Award 2021 berücksichtigt. Haben Sie Fragen zum ICF-Prism Award? Bitte kontaktieren Sie [geertje.tutschka@coachfederation.de](mailto:geertje.tutschka@coachfederation.de)