

Auch über diese Frage haben einige schon während ihres Berufslebens nachgedacht, aber nicht für sich, sondern für das Unternehmen. Damit wollte man herausfinden, was das Alleinstellungsmerkmal, die Unique Selling Proposition (USP) des Unternehmens ist. Oft ist das nicht die fachliche Qualifikation, denn das können andere auch gut, sondern es sind die sog. weichen Erfolgsfaktoren wie Freundlichkeit, Ansprechbarkeit, Flexibilität und Kooperationsfähigkeit.

Versuchen Sie jetzt bitte, dieses Verfahren auf Ihr persönliches Alleinstellungsmerkmal zu übertragen. Wie man das macht, dafür gibt es mehrere Möglichkeiten. Ich empfehle Ihnen zunächst darüber nachzudenken, was in Ihrem Leben schön war. Für viele sind das Erinnerungen an die Schulzeit oder das Studentenleben, die erste Liebe, die erste Wohnung, das Erlebnis der Geburt des ersten Kindes oder Erfolge in der beruflichen Karriere.

Erinnerungen kommen auch auf durch einen alten Film, den Sie früher schon mal gesehen haben. Oder Sie können nachts nicht gut schlafen, stehen Sie auf, betrachten den klaren Himmel, den Mond, die Sterne, und plötzlich erinnern Sie sich dabei an früher. Sie schlafen wieder ein und wissen am nächsten Morgen was gut war.

Eine andere Möglichkeit besteht darin, sich auf eine alte Regel zu besinnen, die besagt, dass die meisten Menschen mit 20 % ihres Tuns 80 % ihres Erfolges erreichen. Finden Sie heraus, was Ihre 20 % sind. Z. B. kann es sein, dass Sie gut zuhören oder gut organisieren können, auf neue Ideen kommen, ausgleichend wirken oder frei reden können. Solche Fähigkeiten werden nach der Pensionierung nicht verschwinden und vielleicht sind Sie ja genau der richtige, um das nächste Klassentreffen zu organisieren.