P R E S S E M I T T E I L U N G

V E R F A S S E N

A U F B A U

1. **Headline/Überschrift**

eine Zeile aus wenigen Wörtern, die auf den Artikel neugierig

machen soll

D I E K Ü C H E N M A U S

**Burnout in der Gastronomie – Wie die Küche nicht nur das Essen ausbrennt**

Die Gastronomie ist ohnehin nicht als „zimperliches“ Berufsfeld bekannt. Die aktuellen Zahlen der Arbeitskammer sind jedoch alarmierend. Warum der Umgangston Teil der Burnout-Ursachen ist und wie Sie sich davor schützen können, erfahren Sie hier.

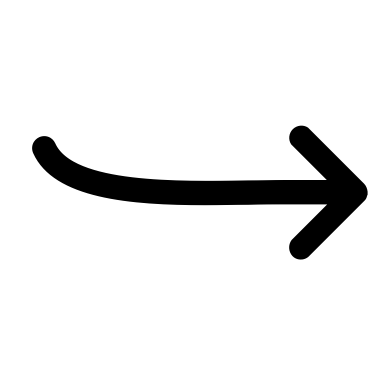
Ein Anstieg von 36 % aller Burnout-Erkrankten der Gesundheitskasse wurde zwischen den Jahren 2011 und 2020 verzeichnet. Für das Jahr 2020 bedeutet dies eine Krankschreibungsrate von ca. 180 000 Menschen mit insgesamt 4,5 Millionen Fehltagen. Dabei sind es vor allem Personen aus den Berufsgruppen Marketing, Pflege oder aus pädagogischen Berufen. Von der Gastronomie ist kaum die Rede. Dabei ist genau diese Branche ein Umfeld, in dem die Arbeit viel Lebenszeit einnimmt. Dauerhafte Ermüdung ist zur Normalität geworden und die geringe Anerkennung sowie die barsche Kommunikation zur Selbstverständlichkeit – das ist das 5-Minuten-Rezept für Burnout.

Sind unsere Gastronomen und Gastronominnen dann dauerhaft gestresst, erschöpft und komplett unzufrieden, ist es meistens schon zu spät und doch wird dies ignoriert und weitergekocht.

Burnout-Experten empfehlen die hochbejubelte Work-Life-Balance als Präventionsmaßnahme. „Halten Sie an Ihren sozialen Kontakten und Hobbies fest. Diese ermöglichen Ihnen einen gesunden Lebensstil mit Bewegung und sozialem Austausch.“ Beides sei zwingend notwendig, um nicht dem Kochlöffel die Macht über das eigene Leben und damit die eigene Gesundheit zu geben. Zudem sei es essenziell, in sich hineinzuhorchen, Bedürfnisse und Emotionen wahrzunehmen und Stressquellen zu identifizieren.

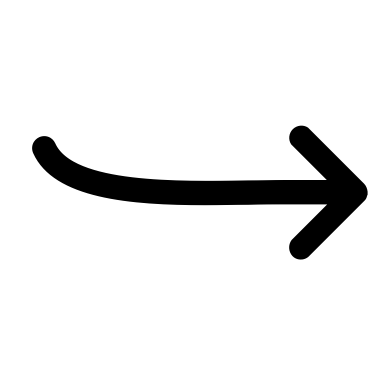
Denken Sie daran, dass das Kochen und die Dienstleistung zwar Ihre Passion sind, aber nicht Ihr Ruin. Es wäre schade um Sie und Ihr Können, und Ihre Gäste möchten auch beim nächsten Mal in den Genuss Ihres Talents kommen.





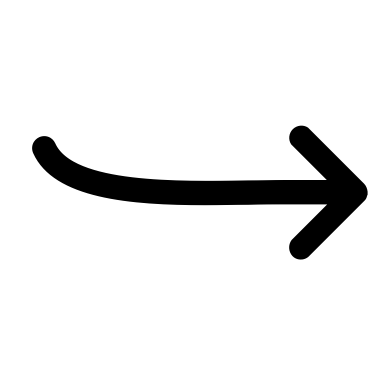
**2. Lead/Teaser**

enthält die Hauptaussage des Artikels, beantwortet die W-Fragen



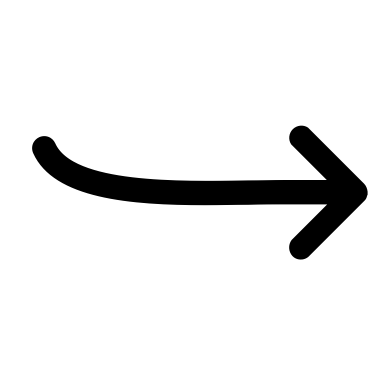
**3. Mittelteil**

der eigentliche Artikel



**4. Schluss**

beinhaltet weniger wichtige Informationen und kann ggf. gekürzt werden



W – F R A G E N

C H E C K L I S T E E I N E R G U T E N

P R E S S E M I T T E I L U N G

