

WAS KI IM STUDIO HEUTE SCHON KANN – UND WIE SIE SICH ZUKUNFTSSICHER AUFSTELLEN

Text: Tino Heidötting

KI-Assistenten, digitale Coaches und Agenten versprechen Studios mehr Umsatz bei weniger Personalaufwand. Doch welche Innovationen sind heute schon praxistauglich und was bleibt vorerst Versprechen? Vier Punkte, die Betreiber in der richtigen Reihenfolge bedenken sollten, um die Chancen der Digitalisierung sinnvoll zu nutzen.

Erst einmal: Ruhe bewahren

Wer heute ein Branchenmagazin aufschlägt, kommt am Thema KI nicht vorbei: Ein Telefonassistent vereinbart Probetrainings, ein Chatbot beantwortet Mitgliederfragen, ein weiteres Werkzeug erstellt Trainingsvorschläge. Dazu kommen KI-Agenten, die Aufgaben selbstständig bearbeiten. Da verliert man schnell den Überblick und ist versucht, einen Schnellschuss zu wagen, der garantiert nach hinten losgeht – frei nach dem Motto „Wenn das jetzt alle machen, muss ich wohl auch KI in der Mitgliederkommunikation einsetzen“. Nein, das muss man nicht zwingend. Mein Rat an Betreiber lautet deshalb zuerst: Ruhe bewahren. Ich bin seit 25 Jahren in der Branche und sehe in der Entwicklung – richtig eingesetzt – echten Fortschritt. Der vermutlich größte Irrglaube ist aber, mit KI gehe alles von allein und auf Knopfdruck. Gartner prognostizierte im Juni 2025, dass mehr als 40 % der Projekte mit agentischer KI bis Ende 2027 eingestellt werden – wegen steigender Kosten und unklarem Nutzen. Keine Statistik für Fitnessstudios, aber ein deutlicher Hinweis, dass technische Möglichkeiten und wirtschaftlicher Nutzen nicht automatisch zusammenfallen.

Was heute schon praxistauglich ist

Für Texte, Zusammenfassungen, Trainingsplanvorschläge oder Hinweise auf Veränderungen im Trainingsverhalten ist KI bereits eine wertvolle Unterstützung. Der Prüfbedarf ist dabei unterschiedlich: Ein Newsletterentwurf lässt sich anders beurteilen als eine Belastungsempfehlung für ein Mitglied mit gesundheitlichen Einschränkungen. Digitale Assistenten im direkten Kontakt brauchen verlässliche Informationen, klare Grenzen und eine unkomplizierte Übergabe an das Team; seit dem 2. August 2026 greifen hier zudem die Transparenzpflichten des EU AI Act.

Dabei lohnt es sich, genau zu differenzieren: Ein Großteil dessen, was sich heute im Studioalltag auto-

Foto: © Quality Stock Arts – stock.adobe.com

matisieren lässt, funktioniert ganz ohne KI. Terminbestätigungen, Erinnerungen, Kontingenthinweise, Abrechnung, Zutritt und festgelegte Betreuungsschritte laufen über klare Wenn-dann-Regeln – das ist der Grundgedanke der Digitalisierung. KI kommt erst dort ins Spiel, wo Inhalte erzeugt, Muster erkannt oder unstrukturierte Informationen ausgewertet werden müssen. Und nicht überall, wo KI draufsteht, steckt auch sinnvolle KI drin.



KI kann hilfreich sein, etwa beim Erstkontakt. Aber hier können auch Sympathien verlorengehen

Drei Gefahren, die man kennen sollte

Gefahr 1: Das Vertrauen der Mitglieder verspielen. Viele Menschen sind bereits maximal genervt davon, mit KI-Systemen kommunizieren zu müssen. Endlose Warteschleifen, Chatbots, die das Anliegen nicht verstehen, und kein Mensch, der weiterhilft – eine katastrophale Serviceleistung ist in Deutschland in fast allen Branchen inzwischen normal geworden. Für Fitnessstudios wird das sehr teuer, denn eine Mitgliedschaft ist eine Nice-to-have-Dienstleistung, auf die man im Zweifel verzichten kann. Wer sich nicht gut betreut fühlt, kündigt – und kommt selten zurück.

Gefahr 2: Das teure Durcheinander. Ein Werkzeug für die Telefonie, eines für Beiträge, eine separate Buchungs-App und ein weiterer Dienst für Auswertungen: Fehlt die Verbindung, werden Informationen mehrfach gepflegt, Nachrichten passen nicht zusammen und die vermeintliche Zeitersparnis wird durch Abstimmung und Nacharbeit aufgezehrt. Betreiber sollten die Kosten ihrer Digitalisierung deshalb insgesamt betrachten: Lizenzen, Einrichtung, Schnittstellen, Onboarding, doppelte Pflege und laufende Kontrolle.

Gefahr 3: Die schnelle Vibe-Coding-Lösung. Mit KI lässt sich heute schnell eine ansprechende Anwendung entwickeln – für Ideen und Prototypen ist dieses sogenannte Vibe Coding durchaus hilfreich. Bei einer zentralen Studioanwendung beginnt die eigentliche Arbeit jedoch erst nach dem ersten Entwurf: Berechtigungen, Datensicherung, Schnittstellen und Updates müssen dauerhaft beherrscht werden. Wer wartet die Software, wer ist bei einer Störung erreichbar und wer kennt die zahlreichen Sonderfälle der Branche? Eine gewachsene Branchenlösung mit verlässlichem Support nimmt dem Betreiber genau das ab.

Vier Punkte in der richtigen Reihenfolge

Entscheidend ist weniger, welches Werkzeug man wählt, als in welcher Reihenfolge man vorgeht.

> KI wird den Anspruch an Studiosoftware weiter erhöhen – und damit auch die Rolle der Anbieter verändern.

1. Das Betreuungskonzept klären. Wer ist meine Zielgruppe? Welchen Nutzen verspreche ich ihr? Wie begleite ich Mitglieder vom Erstkontakt bis zum langfristigen Training – und wo gehört persönliche Ansprache ausdrücklich zu meinem Angebot? KI kann Ideen strukturieren, die unternehmerische Entscheidung nimmt sie dem Betreiber aber nicht ab. Ein gutes Konzept wird konkret: Wann findet das erste Betreuungsgespräch statt? Wer prüft den Trainingsfortschritt? Was passiert, wenn jemand längere Zeit nicht erscheint? So entstehen Anforderungen, die sich über Workflows in der Software steuern lassen.

2. Die digitale Basis schaffen. **Mitgliederverwaltung, Abrechnung, Zutritt,** Terminplanung, Training und Kommunikation stehen in enger Beziehung zueinander. Eine integrierte Lösung vermeidet doppelte Pflege und schafft strukturierte Daten – die Voraussetzung für jede sinnvolle KI-Funktion. Ebenso wichtig sind nutzbare Schnittstellen, etwa zu Zutritt, Spinden oder Körperanalyse. Fragen Sie konkret: Welche Daten lassen sich austauschen? Ist das System offen, etwa über API, Webhooks oder Zapier? Wie läuft das Onboarding? Und gibt es einen persönlichen Ansprechpartner, der die Studioabläufe kennt? Die Qualität einer Branchenlösung zeigt sich in Situationen, die auf keiner Präsentation vorkommen: Ein Tarif ändert sich während einer Ruhezeit, eine Lastschrift wird zurückgegeben, ein Mitglied rückt von der Warteliste nach.

3. KI in die tägliche Arbeit integrieren. Allgemeine KI-Werkzeuge entfalten ihren Nutzen erst, wenn sie mit den richtigen Informationen, fachlichen ▸

Foto: © InfiniteFlow – stock.adobe.com

Regeln und Arbeitsabläufen verbunden sind. Das Etikett „KI“ genügt als Kaufargument nicht. Lassen Sie sich zeigen, welche Arbeit konkret entfällt und wie die Qualität gesichert wird. Trainingsvorschläge brauchen qualifizierte Prüfung, bei Beschwerden kann medizinische Abklärung erforderlich sein. Beginnen Sie mit einer klar begrenzten Aufgabe und fragen Sie ehrlich: Wie viel Zeit sparen wir einschließlich Kontrolle – und kommt das Ergebnis dem Mitglied zugute?

4. Agenten mit klaren Aufgaben einsetzen. Ein KI-Agent kann Informationen zusammenführen und innerhalb festgelegter Grenzen Aktionen auslösen. Dafür braucht er einen klaren Auftrag, passende Berechtigungen und eine Softwarebasis, die die freigegebenen Daten bereitstellt; seine Aktionen müssen nachvollziehbar bleiben. Auch Software wird sich künftig per Spracheingabe konfigurieren lassen – Preise, Verträge und Zugangsregeln müssen trotzdem vor der Aktivierung geprüft werden. Auf Knopfdruck geht es eben auch hier nicht.

Das Gleichgewicht muss stimmen

Ganz gefährlich wird es, wenn KI vor allem an den Rändern der Mitgliedschaft eingesetzt wird: wenn das System erst reagiert, sobald ein Kunde länger nicht da war, oder wenn Interessenten und ehemalige Mitglieder mit automatisierten Rückgewinnungskampagnen gejagt werden. Der eigentliche Hebel liegt dazwischen – bei der Frage, wie KI die Mitglieder optimal dabei unterstützt, ihr Ziel zu erreichen. Wie gehe ich auf ihre Bedürfnisse, ihren zeitlichen Rahmen, ihre Stärken und Schwächen ein? Mit den richtigen Systemen und vertikaler KI lässt sich Training heute sehr gut kontrollieren und steuern. Mitgliedern regelmäßig passende und zielgerichtete Angebote zu machen, sollte eine Standardfunktion der Studiosoftware sein. Software kann diesen Prozess strukturieren und automatisieren – dafür braucht es nicht zwingend KI.

Welche Kontakte automatisiert werden, hängt vom Geschäftsmodell ab. Für ein betreuungsorientiertes Studio liegt der große Nutzen darin, Mitarbeiter von vermeidbarer Verwaltung zu entlasten. Die gewonnene Zeit fließt in Beratung, Motivation und die Reaktion auf individuelle Schwierigkeiten. Eine Standardauskunft darf digital erfolgen – bei Unsicherheit, Schmerzen oder einem schwierigen Gespräch sollte der Weg zum qualifizierten Ansprechpartner kurz bleiben.



Mit KI lässt sich heute schnell eine ansprechende Anwendung entwickeln – zum Beispiel eine App, die Mitglieder nutzen können. Aber Vorsicht: Schnell entwickelt, heißt nicht zwingend sinnvoll für die Mitglieder

Fazit: Zukunftssicher heißt gut begleitet

KI wird den Anspruch an Studiosoftware weiter erhöhen – und damit auch die Rolle der Anbieter verändern. Bei dem großen Überangebot reicht es nicht mehr, nur Software bereitzustellen – gefragt ist intensive Beratung. Denn Standards in der Arbeitsweise gibt es in der Branche so gut wie nicht: Jedes Studio arbeitet anders und setzt auf andere Werkzeuge und Anbieter. Gute Softwareanbieter verstehen sich deshalb als ordnendes System. Sie passen ihre Plattform so an die jeweilige Einrichtung an, dass Philosophie und Konzept als Prozesse abgebildet werden, binden Drittsysteme ein und lernen KI-Assistenten und Agenten über Workflows an. Betreiber sind gut beraten, ihren Softwarepartner frühzeitig in Entscheidungen einzubinden – das macht die Umsetzung einfacher, statt später den Feuerwehrmann spielen zu müssen.

Meine Empfehlung: Machen Sie die Digitalisierung zur Chefsache – auch wenn der eine oder andere keine Lust darauf hat oder sich einredet, keinen Bezug zu diesen Themen zu haben. Der Chef muss die Abläufe und Prozesse seines Studios genau kennen und klar definieren. Erst dann lässt sich entscheiden, wie sie mithilfe von Technik und KI optimal digitalisiert werden. Bewahren Sie dabei Ruhe und prüfen Sie bei Ihrer nächsten Softwareentscheidung, wie gut die Lösung Ihre tägliche Arbeit verbindet, wie viel Branchenwissen darin steckt und welche Unterstützung Sie bei der Umsetzung erhalten. Ein guter Softwarepartner begleitet die Einführung, kennt die Grenzen seiner Lösung und bleibt auch nach dem Vertragsabschluss zuverlässig ansprechbar. ■



Tino Heidötting ist Inhaber und Geschäftsführer des Softwareunternehmens medo.check und ist seit mehr als 25 Jahren in der Entwicklung von Lösungen für Fitness- und Gesundheitsdienstleister aktiv.

Foto: © dodotone – stock.adobe.com