

i22 Digitalagentur positioniert sich neu / Personalie Rainer Balensiefer

06.10.2026, 11:49 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: i22



Die Geschäftsführung von i22: Jan Linketscher, Rainer Balensiefer, Christian Ohler (v.l.)

Your AI, made to matter. / i22 positioniert sich unter neuer Führung als AI Value Engineers für Marketing, Vertrieb und Service

Rainer Balensiefer, seit dem Sommer Vorsitzender der Geschäftsführung, richtet die Bonner Digitalagentur neu aus.

Bonn, 06.10.2026

Die i22 Digitalagentur stellt sich neu auf: als AI Value Engineers für Marketing, Vertrieb und Service. Unter dem Claim „Your AI, made to matter.“ verspricht die Bonner Agentur, AI-Projekte zu konzipieren, zu bauen und über den Go-live hinaus im laufenden Betrieb zu verantworten, ein Bruch mit dem klassischen Projektgeschäft der Branche. Das Leistungsspektrum reicht von der Klärung, wo AI im digitalen Kundenkontakt den größten Wert schafft, über die technische Umsetzung in der bestehenden Systemlandschaft bis zur Verantwortung im laufenden Betrieb, kurz: Klären. Bauen. Verantworten. (Design. Build. Operate.)

Rainer Balensiefer treibt die Neuausrichtung voran. Er ist seit dem Sommer Vorsitzender der Geschäftsführung und verantwortet bei i22 Strategie, Marketing und Vertrieb. Christian Ohler und Jan Linketscher bleiben in der Geschäftsführung.

Balensiefer kommt aus der Unternehmens- und Technologieberatung: Zuletzt war er 13 Jahre bei Accenture Song, wo er zunächst die DACH-Organisation und später europäische Hubs aufgebaut und geleitet hat. Davor war er knapp 13 Jahre bei Roland Berger tätig und entwickelte Marken-, Marketing- und Vertriebsstrategien. Nach seinem Abschied von Accenture Song nahm er sich eine mehrmonatige Auszeit, bevor er zu i22 wechselte.

„Ich habe mich für i22 entschieden, weil hier eine Substanz liegt, die zur aktuellen Phase der AI-Entwicklung und den Kundenbedürfnissen passt: echte Individual-Engineering-Kompetenz statt oberflächlicher Tool-Anwendung“, sagt Balensiefer. „AI-Lösungen werden tief in Prozesse und Systeme integriert, häufig auch genau an deren Schnittstellen. Meine Rolle ist es, dieses Potenzial sichtbar zu machen, in der Strategie, im Wachstum und im Team.“

Aus Sicht der Gesellschafter war die Verstärkung mit Balensiefer eine unternehmerische Entscheidung. „Wir haben Rainer geholt, weil er die strategische Kompetenz mitbringt, unsere neue Positionierung im Markt durchzusetzen“, sagt Jan Linketscher, geschäftsführender Gesellschafter von i22. „Bei Accenture Song und Roland Berger hat er gezeigt, wie man Organisationen skaliert und Marktzugang systematisch aufbaut, genau das, was wir für den nächsten Schritt brauchen. Genauso wichtig war für uns der unternehmerische und kulturelle Fit: Rainer denkt und entscheidet wie ein Unternehmer, nicht wie ein Berater, der nach dem Projekt wieder geht.“

Fünf Kompetenzfelder

Der neue Anspruch stützt sich auf Dienstleistungen in fünf Servicebereichen: Agentic Transformation, AI Content Studio, Agentic Commerce & Transaction, AI Assistance & Customer Service sowie Agentic Knowledge & Learning.

Agentic Transformation richtet Unternehmensstruktur und -prozesse, Mitarbeiterentwicklung sowie Managementinformationssysteme konsequent an der Priorisierung wirkungsstarker AI-Use-Cases aus. Im AI Content Studio baut, lizenziert und betreibt i22 markenkonforme, governance-fähige AI-Produktionspipelines für Content und Assets, die im Eigentum des Auftraggebers bleiben. Im Servicebereich Agentic Commerce & Transaction macht i22 die Kauf- und Transaktionsstrecken aus Kundensicht agententauglich. AI Assistance & Customer Service umfasst AI-Systeme, die Kunden im Look and Feel der jeweiligen Marke beraten, führen und bedienen. Zu Agentic Knowledge & Learning zählen AI-basierte Wissens- und Lernplattformen für die gezielte Mitarbeiterentwicklung.

i22 entwickelt und setzt alle Dienstleistungen individuell in gewachsenen Bestandssystemen um: Brownfield statt grüner Wiese, AI-first im Kern. Dazu übernimmt i22 die Betriebsverantwortung, um die jeweilige Customer Experience kontinuierlich zu verbessern. Statt ein Projekt abzuliefern und zur nächsten Ausschreibung weiterzuziehen, bleibt i22 für das Ergebnis im laufenden Betrieb verantwortlich.

MIA für die Deutsche Telekom

Wie das in der Praxis aussieht, zeigt der Digital Human MIA, den die Deutsche Telekom initiiert und gemeinsam mit i22 konzipiert und umgesetzt hat. Für die Telekom Shops wurde MIA gezielt auf den stationären Handel zugeschnitten. Nach der Weltpremiere auf dem Mobile World Congress in Barcelona im März 2026 läuft MIA seit der Eröffnung im April im produktiven MVP- und Pilotbetrieb im Flagshipstore in Dortmund. Auch auf Veranstaltungen wie der Digital X tritt MIA auf.

Die Erfahrungen aus dem MVP bilden die Grundlage, um die Lösung für den Einsatz in weiteren Flagshipstores weiterzuentwickeln: i22 bringt dafür ihre Expertise in Konzeption, Gestaltung und Umsetzung ein, T-Systems verantwortet die Plattformbereitstellung und die technische Skalierung.

„Wir haben MIA nicht für einen Messestand gebaut, sondern für den wertbringenden Einsatz im echten Kundenbetrieb“, sagt Christian Ohler, geschäftsführender Gesellschafter von i22. „Das ist die Arbeit, an der die meisten AI-Avatar-Projekte scheitern, weil sie nicht über den Prototyp hinauskommen. Die nächste Wettbewerbsebene sind der echte Use Case, die Integration in Bestandssysteme und die Strukturen für den Produktivbetrieb.“

Auch unabhängig von MIA betreut i22 seit 2008 telekom.de im laufenden Betrieb, darunter wiederkehrende Großereignisse wie die jährlichen Apple-Launches und die Magenta Black Days. i22 nutzt diese Erfahrung auch als Umsetzungspartner im MIA-Projekt – und mit ihr das zugrundeliegende Prinzip: i22 liefert nicht nur Technologie, sondern übernimmt die Struktur dahinter, für Performance, Verfügbarkeit und Kontinuität. Das Ergebnis zählt, nicht die reine Lieferung.

Antwort auf eine Branchendebatte

Die Neuausrichtung fällt in eine Zeit, in der die Digitalagentur-Branche diskutiert, ob klassische Agenturen durch AI-Agenten und Automatisierung überflüssig werden. Die Antwort von i22 darauf ist das eigene Serviceportfolio – denn die wesentlichen Fragen der AI-Transformation sind bei den meisten Unternehmen noch ungelöst. i22 unterstützt bei den richtigen Weichenstellungen und beim Sprung in den Wirkbetrieb, immer mit Blick auf das Geschäftsergebnis.

Als Beleg für die eigene Eignung hat die Agentur zunächst mit einem „AI by Default“-Programm die eigene Arbeitsweise umgebaut, Aufgaben, Prozesse und Rollen im Team von Grund auf an AI-gestützte Arbeit angepasst. Balensiefers These: Wer nur Ausführung verkauft, wird ersetzbar, wer Ergebnis- und Betriebsverantwortung übernimmt, nicht.

Pressefotos herunterladen (ZIP, 31 MB)

Pressemitteilung auf i22.ai

i22 Digitalagentur GmbH

Friedrich-Breuer-Str. 19
53225 Bonn
Deutschland

MartinRecke

+49 179 3930878

presse@i22.ai

i22.ai

Portrait

i22 ist eine Digitalagentur für AI-getriebene Lösungen an der digitalen Kundenschnittstelle. Als „AI Value Engineers for Marketing, Sales and Service“ verbindet i22 Customer Experience, Business Design und Engineering. So entwickelt i22 AI-Anwendungen, integriert sie in bestehende Geschäfts- und Technologielandschaften, verantwortet sie im laufenden Betrieb und schafft messbaren Wert für Unternehmen und ihre Kunden. Die inhabergeführte Bonner Agentur wurde 1997 gegründet, beschäftigt rund 100 Mitarbeitende und zählt die Deutsche Telekom zu ihren langjährigen Kunden. Geschäftsführer sind Rainer Balensiefer (Vorsitzender), Christian Ohler und Jan Linketscher.

News-ID: 1325669 • Views: 189 (Stand: 16.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1325669/i22-Digitalagentur-positioniert-sich-neu-Personalie-Rainer-Balensiefer.html>