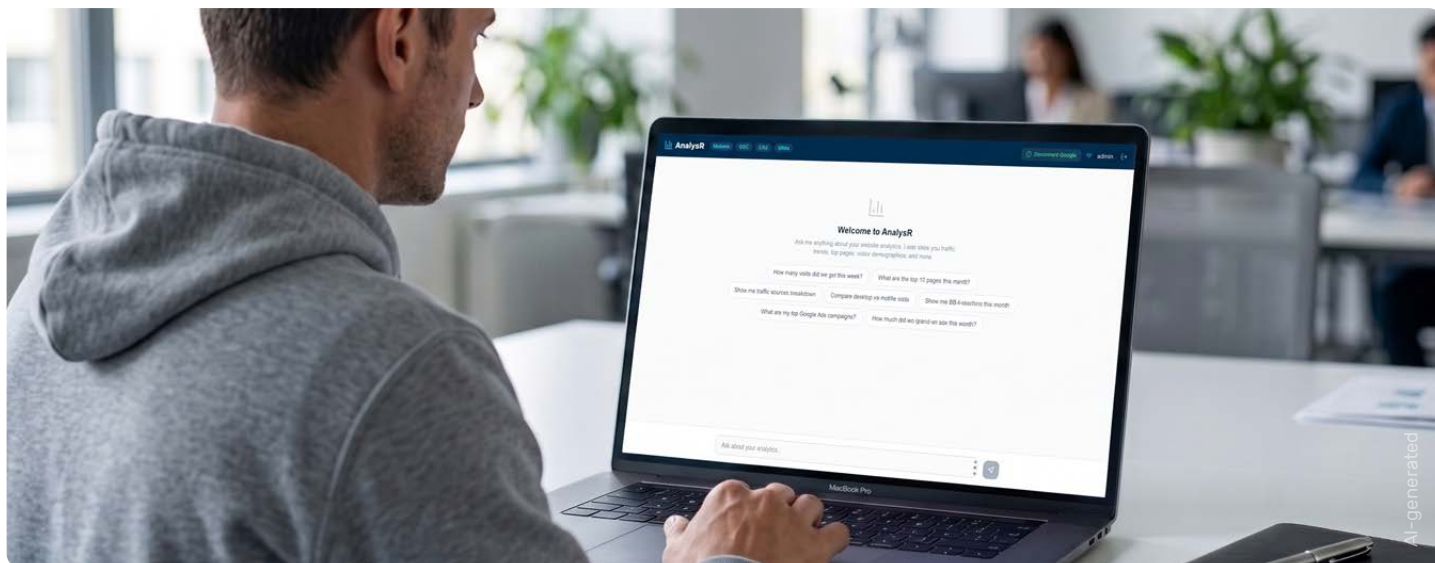




CASE STUDY – MARKETING

Datensichere KI-Nutzung:
So arbeitet die Marketing-
Abteilung von Myra sicher und
produktiv mit KI



Datensichere KI-Nutzung: Mehr als 30 Stunden Effizienzgewinn und bessere Reportingqualität im Marketing bei Myra

Executive Summary

Marketing-Teams entscheiden täglich auf Basis von Daten, die über viele Systeme verstreut liegen. Bei Myra Security ist das nicht anders: Zahlen aus Web-Analytics, Kampagnen-Tools, Ad-Plattformen, dem CRM und weiteren Quellen zeichnen erst nach aufwendigem Zusammentragen ein aussagekräftiges Bild.

Durch die Einrichtung des KI-Projekts „AnalysR“ innerhalb des AI Workspace hat Myra diese Herausforderung bewältigt und konnte mit dem Bestandsteam leisten, was sonst eine Neueinstellung

eines Marketing-Analysten erfordert hätte. Der KI-Analyst greift auf verschiedene angebundene Datenquellen und ein Marketing-Wiki mit externen Kontextdaten, KPIs und Berechnungslogiken zu.

Das Ergebnis: Statt mehrere Stunden in manuelle Analysen zu investieren, können alle Marketing-Mitarbeitenden per Prompt Deep Dives in nur wenigen Minuten erstellen. Damit nimmt der AnalysR dem Team rund 30 Stunden Arbeit pro Monat ab. Zugleich unterstützt er wie eine zusätzliche Vollzeitkraft, weil er Auffälligkeiten laufend überwacht, Hypothesen formuliert und Standard-Reports automatisiert erstellt.

Statt mehrere Stunden in manuelle Analysen zu investieren, können alle Marketing-Mitarbeitenden per Prompt Deep Dives in nur wenigen Minuten erstellen.



Ausgangslage:

Marketing-Analyse zwischen Datenvielfalt und begrenzter Kapazität

Myra hatte aus verschiedenen Gründen lange auf eine dedizierte Marketing-Intelligence-Stelle verzichtet. Die Analyseaufgaben verteilten sich stattdessen auf das bestehende Team, das sie neben dem eigentlichen Tagesgeschäft erledigte.

Daraus ergaben sich konkrete Herausforderungen:

- **Zeitaufwendige Deep Dives:** Relevante Daten liegen in verschiedenen Systemen. Jede tiefere Analyse begann mit manueller Recherche, Datenexporten und Abgleichsarbeit.
- **Uneinheitlicher Interpretationskontext:** Zahlen allein reichen selten aus. Ohne Wissen zu Kampagnen, Events, Presseaktivitäten oder Marktbewegungen bleiben viele Signale schwer einzuordnen.
- **Fehlende Analyse-Routine:** Wenn Analyse nicht die Hauptaufgabe einer Person ist, variiert die Tiefe und Qualität je nach Kapazität, Erfahrung und Tagesgeschäft.
- **Hoher Reporting-Aufwand:** Die monatliche Aufbereitung zentraler Marketing-Reports dauerte zeitweise bis zu drei Personentage.
- **Begrenzte Reaktionsgeschwindigkeit:** Auffälligkeiten wurden oft erst sichtbar, wenn jemand aktiv danach suchte oder das monatliche Reporting anstand.

Für das Marketing-Team entstand damit eine Lücke zwischen Anspruch und verfügbarer Kapazität. Die Daten waren vorhanden, doch die systematische und kontinuierliche Auswertung kam häufig zu kurz. Gesucht wurde keine zusätzliche Dashboard-Schicht, sondern ein analytischer Mitarbeiter, der Daten, Kontext und Interpretation zusammenführt.

PRIMÄRE PROJEKTZIELE:

- Schnellere Deep Dives über alle relevanten Marketing-Datenquellen hinweg
- Bessere Analysequalität durch Verbindung von Daten und Kontext
- Automatisierte monatliche Standard-Reports
- Laufendes Monitoring auf Anomalien und Auffälligkeiten
- Entlastung des Marketing-Teams bei wiederkehrenden Reporting-, Recherche- und Analyseaufgaben
- Einheitliche KPI-Logik für verlässliche, nachvollziehbare Auswertungen
- Kontrollierter Betrieb in einer KI-Umgebung, die Datenschutz und Datensicherheit gewährleistet

Technologische Umsetzung: von manueller Konsolidierung verschiedener Datensilos zu promptbasierter Marketing Intelligence

Der AnalysR wurde als dediziertes Projekt im Myra AI Workspace aufgebaut. Über das Model Context Protocol (MCP) greift er aktuell auf elf Marketing-relevante Datenquellen zu. Damit kann er Daten nicht nur aus einem einzelnen Reporting-System auswerten, sondern kanal- und systemübergreifend Zusammenhänge herstellen.

Ein zusätzlicher MCP-Konnektor verbindet den AnalysR mit einem internen Marketing-Wiki. Dieses Wiki wird vom Team gepflegt und enthält externe Kontextdaten, etwa Kampagnenstarts, größere Events, Pressemitteilungen oder relevante Marktimpulse. Außerdem dokumentiert es zentrale KPIs mit ihren deterministisch definierten Berechnungsgrundlagen. So arbeitet der KI-basierte Analyst nicht mit frei interpretierten Kennzahlen, sondern mit klar hinterlegten Definitionen. Zudem berücksichtigt er allwissend Kontext, den ein menschlicher Analyst nicht vollständig erfassen kann.

Über 30 im Gateway konfigurierte Projektanweisungen steuern das Verhalten des Analysten. Dazu zählen:

- **KPI-Treue:** Verwende ausschließlich die im Marketing-Wiki definierten Kennzahlen und Berechnungslogiken.
- **Kontextpflicht:** Prüfe bei Auffälligkeiten relevante Kampagnen-, Event- und Pressekontexte, bevor Du eine Interpretation formulierst.
- **Anomalie-Fokus:** Hebe auffällige Abweichungen hervor, die operative Aufmerksamkeit erfordern.
- **Handlungsempfehlungen:** Liefere nach Möglichkeit konkrete nächste Schritte, etwa weitere Segmentierung, Kampagnenprüfung oder Datenvalidierung.
- **Management-taugliche Ausgabe:** Fasse Ergebnisse so zusammen, dass sie direkt in Reviews, Präsentationen oder Entscheidungsrunden verwendbar sind.

Alle Marketing-Mitarbeitenden haben Zugriff auf das Projekt im AI Workspace. Dadurch kann das Team Analysen direkt per Prompt anstoßen: von Kampagnenauswertungen über Kanalvergleiche bis hin zu Funnel-, Content- oder Pipeline-nahen Fragestellungen. Deep Dives, die zuvor mehrere Stunden gedauert hätten, stehen nun innerhalb von Minuten bereit und das in besserer Qualität, weil der AnalysR systematisch mehr Datenquellen und Kontext einbezieht. Über einen Kurzbefehl mit hinterlegten Anweisungen lassen sich Analyseergebnisse darüber hinaus in kurzer Zeit in CI-konforme Präsentationen überführen.

Zusätzlich erstellt ein automatisierter Workflow monatliche Standard-Reports. Dieser Workflow ergänzt die promptbasierten Analysen durch ein kontinuierliches Monitoring. Der AnalysR prüft Daten laufend auf Auffälligkeiten, formuliert Interpretationshypothesen und gibt Empfehlungen, wo sich eine vertiefende Analyse lohnt.

Mehrwerte & Chancen

AI Workspace unterstützt bei der alltäglichen Arbeit und die operativen Effekte sind direkt messbar. Die folgenden Punkte fassen den erzielten Nutzen entlang des gesamten Prozesses im Marketing-Team zusammen.

ERZIELTE MEHRWERTE:

- Weniger Arbeitslast im Team, bei gleichzeitig gesteigerter Analysetiefe
- Schnellere Deep Dives auf besserem inhaltlichen Niveau
- Höhere Analysequalität durch Verbindung von Datenquellen mit Kampagnen-, Event- und KPI-Kontext
- Automatisierte monatliche Standard-Reports mit einer konsistenten Logik
- Frühere Erkennung von Auffälligkeiten durch fortlaufendes Monitoring
- Konkrete Handlungsempfehlungen mit Hypothesen und nächsten Schritten
- Datensichere und datenschutzkonforme KI-Umgebung auf der eigenen Infrastruktur von Myra

Der AnalysR verschiebt die Analysearbeit somit näher an die Entscheidung. Kampagnenverantwortliche müssen nicht warten, bis ein manueller Report erstellt ist. Sie können direkt nachfragen, vergleichen und Hypothesen prüfen.

Chancen & Ausblick: Blaupause für Projekte

Der AnalysR zeigt, wie eine Marketing-Intelligence-Funktion auch ohne klassische Vollzeitstelle aufgebaut werden kann. Er ersetzt nicht das fachliche Urteil des Teams, senkt aber die Schwelle für tiefere Analysen. Mitarbeitende erhalten Zugriff auf eine analytische Ressource, die Daten abfragt, Kontext einordnet und Ergebnisse strukturiert aufbereitet.

Das Prinzip ist übertragbar: Wo immer verstreute Daten, fehlender Kontext und knappe Zeit zusammenkommen, lässt sich ein spezialisierter Analyst als Projekt anlegen, an die relevanten Quellen anbinden und mit den Definitionen des jeweiligen Fachbereichs versehen. Über den offenen MCP-Standard wächst der Kreis der anbindbaren Systeme mit, während jeder KI-Zugriff weiterhin durch Policies, Budgets und Audit-Log des Gateways läuft.

Resümee

Mit dem AnalysR hat die Marketing-Abteilung von Myra eine eigene Marketing-Intelligence-Ressource geschaffen, die das Team im Tagesgeschäft wie eine zusätzliche Vollzeitkraft unterstützt. Die Konfiguration des Assistenten innerhalb des AI Workspace dauerte nur etwa 1,5 Tage. Das Ergebnis: Deep Dives entstehen in Minuten, monatliche Reports sind automatisiert, Auffälligkeiten werden laufend überwacht und Interpretationen mit Kontext angereichert. Das Team gewinnt dadurch eine bessere Entscheidungsgrundlage, arbeitet mit einheitlicher KPI-Logik und kann Analysefragen direkt im Arbeitsfluss klären.

„Auf dem Thema ‚Analytics und Reporting‘ sparen wir im Marketing dank AI Workspace mehr als 30 Stunden Arbeit pro Monat und gewinnen enorm an Geschwindigkeit und Qualität der Analyse.“

Philipp Herrman
Senior Director Marketing bei Myra Security

ZERTIFIZIERT, GEPRÜFT, IN DEUTSCHLAND BETRIEBEN

Myra ist BSI-qualifiziert für KRITIS-Betreiber und nach ISO 27001 auf Basis von BSI IT-Grundschutz, BSI C5 Typ 2, PCI DSS sowie weiteren Standards zertifiziert. Als deutsches Unternehmen mit 100 % EU-Gesellschafterstruktur und ohne US-Mutterkonzern unterliegt Myra allein europäischer Rechtsprechung, frei von CLOUD-Act-Exposition.

ISO 27001 BSI zertifiziert
auf der Basis von IT-Grundschutz
Zertifikat Nr.: BSI-IGZ-0667-2024

PCI DSS
Certified

BSIG
KRITIS-qualifiziert



KRITIS
Nachweis gemäß
§ 8a Abs. 3 BSI-G



Zertifiziert vom Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) nach ISO 27001 auf Basis von IT-Grundschutz | Zertifiziert nach Payment Card Industry Data Security Standard (PCI DSS) | KRITIS-qualifiziert nach §3 BSI-Gesetz | BSI-C5-Testat Typ 2 | Geprüfter Trusted Cloud Service | IDW PS 951 Typ 2 (ISAE 3402) geprüfter Dienstleister | KRITIS-Betreiber gemäß § 8a Abs. 3 BSI-G | Qualitätsmanagement nach ISO 9001