



Osapiens-Datenaufbereitung, CEO Alberto Zamora: Übersicht, Nachverfolgbarkeit und Prognosen bietet das Start-up seinen Kunden.



Osapiens (2)

Alberto Zamora

Transparenz für Lieferketten

Mit der Firma Osapiens will der Mannheimer Gründer einen automatisierten Weg aus der Bürokratie bieten.

Clara Thier Mannheim

Gerade lobbyierten große Teile der Wirtschaft noch gegen das EU-Lieferkettengesetz, nun üben sie scharfe Kritik an der beschlossenen Entwaldungsverordnung. Von „Politikversagen“ und „Bürokratiewahnsinn“ ist die Rede. Ein Kakaohändler klagte bereits. Der Gesetzgeber wolle zu viel zu schnell, so der Vorwurf von Verbänden.

Alberto Zamora, CEO der Softwarefirma Osapiens, hält nichts von diesen Klagen. Hinter den Gesetzen sieht er einen Sinn und in der Umsetzung eine Chance für Unternehmen, nicht nur transparenter, sondern auch effizienter zu produzieren.

Er kennt die Sorgen seiner Kunden gut, hält manche Fristen für sportlich, aber machbar. Dafür soll die ESG-Plattform seiner Firma Osapiens sorgen, die Zamora 2018 mitgegründet hat. „Wir sorgen nicht nur für Transparenz, sondern auch für mehr Effizienz im operativen Geschäft“, erklärt der gebürtige Spanier. „Das unterscheidet uns von anderen.“

Zamora sitzt im 10. Stock eines Neubaugebäudes in Mannheim, klappt seinen Laptop auf und öffnet sein E-Mail-Postfach. Ein weiteres deutsches Textilunternehmen hat einen Vertrag bei ihm abgeschlossen. „Heute Morgen um 8:30 Uhr haben sie unterschrieben“, sagt der 47-Jährige stolz.

In den sechs Jahren seit der Gründung hat Zamora 1200 Kunden aus 60 Ländern gewonnen. Darunter sind namhafte Familienunternehmen wie die Schwarz-Gruppe, C&A, Bosch, Salzgitter, Continental, aber auch Dutzende deutscher Kliniken und internationale Kunden wie Coca-Cola.

Er und seine Co-Gründer haben ein Team aus über 200 Programmie-

ren und 100 weiteren Mitarbeitern aufgebaut. Um noch stärker zu expandieren, haben die drei im vergangenen Jahr 25 Millionen Euro vom Münchener Wachstumsfonds Armira Growth eingeworben. Dieses Jahr eröffneten sie bereits Büros in Paris, Amsterdam und Brüssel.

Es ist bereits die dritte Gründung von Alberto Zamora in Mannheim – und dieses Mal will er alles richtig machen. Dabei begann Zamoras Karriere zunächst fernab der badischen Startup-Stadt. Nach Deutschland kam er zum ersten Mal als Journalismusstudent im Alter von 22 Jahren. Im Erasmus-Semester an der Universität Eichstätt lernte er seine spätere Frau kennen und zog für sie bald darauf nach Deutschland.

Nach einem halben Jahr Schichtarbeit bei Audi kaufte er sich von seinem Verdienst einen Computer und schrieb sich in Heidelberg für ein Informatikstudium ein, für das er weniger als die Regelstudienzeit brauchte. Zamora fand eine Anstellung als Berater und Entwickler bei SAP und kündigte nach sieben Jahren, um 2006 seine erste Firma namens Movilitas zu gründen, ein Softwareunternehmen zur Sendungsverfolgung (Track and Trace) von Produkten in der Lieferkette.

Am Start-up festhalten

„Wir haben nur einen Fehler gemacht, wir haben unsere Lösung auf einer fremden Software aufgebaut“, sagt Zamora. Das machte sie abhängig. 2013 verkauften Zamora und seine Co-Gründer ihr Unternehmen. Das Geld aus dem Verkauf investierte Zamora in sein zweites Unternehmen, Movilizer. Die Idee war dieses Mal, eine Cloudsoftware aufzubauen, die auch auf mobilen Endgeräten funktioniert. Der CEO des US-Konzerns Honeywell

zeigte sich beim Besuch in Mannheim von der Technologie beeindruckt und erwarb Movilizer kurzerhand.

Sein drittes Unternehmen will Zamora nun nicht mehr so leicht aus der Hand geben. Zwei Mitarbeiter des Vorgänger-Unternehmens sind die Co-Gründer: Matthias Jungblut ist für das Produkt verantwortlich, Stefan Wawrzinek für den Betrieb.

Mithilfe der Osapiens-Cloud können Unternehmen ihre Produkte nachverfolgen, ihre Lieferanten überprüfen und nachweisen, dass sie zum Beispiel das deutsche Lieferkettengesetz einhalten. Aber, so betont Zamora, sie können auch alltägliche Arbeitsschritte effizienter machen. Coca-Cola etwa berechnet mit der Software für 28.000 Lkw-Fahrer, wann sie welchen Kunden besuchen müssen und welchen Weg sie dafür nehmen. Das spart CO₂.

Rückenwind bekommt das Geschäftsmodell vom Gesetzgeber. Denn immer mehr Unternehmen sind verpflichtet, Details über ihre Produkte und ihre Lieferkette offenzulegen. Vergangene Woche verabschiedete die EU eine Lieferkettenrichtlinie. Hinzu kommen die EU-Richtlinie über nachhaltige Unternehmensberichterstattung (CSRD) und viele weitere Berichtspflichten.

Experten sehen Potenzial auf dem Markt für ESG-Software. „Allein die CSRD-Regeln gelten für 50.000 Unternehmen in Europa, das Lieferkettengesetz für 5.000“, sagt Dominik Matyka von Cavalry Ventures. Gartner schätzt den gesamten Markt für Nachhaltigkeits- und ESG-Software derzeit auf rund vier Milliarden US-Dollar. Tendenz: steigend. „Im ESG-Reporting gibt es viele Wettbewerber“, warnt Matyka. Darunter zum Beispiel das Münchener Start-up Tacto. Dass Osapiens möglichst viele Anwen-

dungsfälle abdecken will – vom Whistleblower-Gesetz bis hin zum norwegischen Lieferkettengesetz – hält er daher für eine gute Idee.

Paul Klemm vom Wagniskapitalgeber Earlybird lobt den Plattformansatz, der besonders für Großkunden interessant sei. Entscheidend sei jedoch, dass Prozesse und Dateneingabe möglichst automatisiert ablaufen. Das sieht auch Gartner-Analyst Aapo Markkanen ähnlich: „Die größte Herausforderung ist die Frage der Datenqualität und Datenerfassung.“

Berichtspflichten im Fokus

Osapiens nutzt KI, um Kundendaten anzureichern und Prozesse zu automatisieren. Im Fall der neuen EU-Entwaldungsverordnung (EUDR), die Ende des Jahres in Kraft treten soll, funktioniert das so: Unternehmen laden Markierungen von Satellitenbildern der betroffenen Regionen in die Cloud. Osapiens erstellt dann eine Risikoanalyse, indem eine KI 3.000 akkreditierte Quellen im Internet nach Daten durchforstet, wie zum Beispiel zur Biodiversität oder zu indigenen Völkern. Gibt es ein erhöhtes Risiko, verlangt die Software Zertifikate.

Die wachsenden Berichtspflichten waren bei der Gründung 2018 noch gar nicht vorhersehbar für Zamora und seine Kollegen, nun sind sie ein entscheidender Teil ihrer Arbeit. Vor Kurzem haben die EU-Mitgliedstaaten für eine Ausweitung der Öko-Design-Richtlinie gestimmt. In Zukunft soll ein Digitaler Produktpass Informationen über die Herstellung und Herkunft bereithalten. „Das wird ein riesiger Markt“, glaubt Zamora. Er wird deswegen zukünftig viel in Brüssel sein und den Austausch mit Wirtschaftsverbänden und Politikern suchen. Zamora will vorn mit dabei sein.



Wir sorgen nicht nur für Transparenz, sondern auch für mehr Effizienz im operativen Geschäft.

Alberto Zamora
Osapiens-CEO