



GUNDULA ULLAH



Voller Fokus auf Nachhaltigkeit

2024 wird die FUNKE Mediengruppe mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. Für Gundula Ullah ist das der Beweis, dass sich Ausdauer lohnt: Seit 2021 verantwortet sie bei dem Medienhaus den Bereich Corporate Sustainability, zusätzlich zu ihrer Rolle als Chief Procurement Officer. Nachhaltigkeit ist für sie ein zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. „Wir wollen nicht nur berichten, wir wollen wirklich etwas verändern“, sagt sie.

Als sie 2019 zu FUNKE kommt, einem der größten Medienhäuser Deutschlands, übernimmt sie zunächst die Leitung des Einkaufs. Von Beginn an treibt sie die Frage um, wie sich die Lieferketten nachhaltiger gestalten lassen. „Wir drucken auf Papier, und viele halten Papierprodukte per se für nicht nachhaltig. Dabei gibt es hier sehr viele Mythen über das vermeintlich böse Papier, das überhaupt nicht nachhaltig sein könne. Das ist in dieser pauschalen und verkürzten Aussage einfach falsch. Denn es

Full Focus on Sustainability

In 2024, FUNKE Media Group received the German Sustainability Award. For Gundula Ullah, it was proof that perseverance pays off. Since 2021, she has been leading Corporate Sustainability at the publishing house, alongside her role as Chief Procurement Officer. For her, sustainability is central to the company's strategy. "We don't just want to report, we want to make a real difference," she says.

When she joined FUNKE in 2019, one of Germany's largest media companies, she started as Head of Procurement. From the beginning, one question drove her: how to make supply chains more sustainable? "We print on paper, and many assume paper is automatically unsustainable. But



Gundula Ullah

- **Chief Sustainability Officer** bei der FUNKE Mediengruppe | Chief Sustainability Officer, FUNKE Media Group
- **Initiatorin der FUNKE for Future Academy** und des Podcasts Voices for Future | Initiator of the FUNKE for Future Academy and the podcast Voices for Future
- **Beirat** im JARO Institut für Nachhaltigkeit und Digitalisierung | Advisory Board Member, JARO Institute for Sustainability and Digitalization
- **Über 25 Jahre Erfahrung** im strategischen Einkauf | Over 25 years of experience in strategic procurement

there are so many myths about supposedly 'bad' paper that simply aren't true. The reality is that there's enormous potential to make existing processes far more sustainable," she explains.

In 2021, a change in the company's ownership structure sparked a group-wide transformation, putting sustainability firmly on the executive agenda. For Gundula, it was a defining moment. "I thought, finally this topic is getting the attention it deserves -and with it, the opportunity to really drive change," she recalls.

Creating real impact

That same year, she took on the newly created role of Head of Corporate Sustainability in addition to her procurement responsibilities. The combination proved powerful: over 90 percent of FUNKE's emissions fall under Sco-



**IN 2023, FUNKE
CUT ITS CARBON
EMISSIONS BY
48,000 TONS,
A REDUCTION
OF 23 PERCENT**



gibt viel Potenzial, die bestehenden Prozesse nachhaltiger zu gestalten“, sagt sie. 2021 startet mit der Änderung in der Gesellschafterstruktur innerhalb des Verlags eine gruppenweite Transformation – und Nachhaltigkeit wird Chef:innen-Sache. Für Gundula ist das ein Schlüsselmoment: „Ich dachte: Endlich bekommt das Thema die verdiente Aufmerksamkeit. Und damit die Möglichkeit, wirklich etwas in Sachen Nachhaltigkeit zu bewegen.“

Veränderungen mit Wirkung

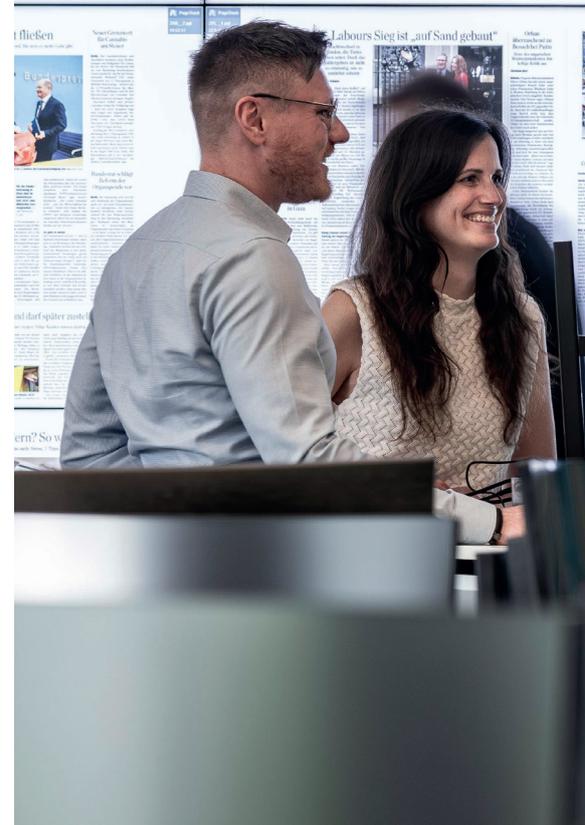
Sie übernimmt im gleichen Jahr zusätzlich die Leitung des neuen Bereichs Corporate Sustainability. Die Kombination aus Einkauf und Nachhaltigkeit ist sehr effektiv: Über 90 Prozent der Emissionen von FUNKE entstehen in Scope 3, also in der Lieferkette. Wenn man zum Beispiel ökologische Kriterien in Vergabeprozesse integriert, kann man direkt dort ansetzen, wo der größte Hebel liegt.

Gundula und ihr Team setzen zahlreiche Maßnahmen um: Medienhäuser und Druckereien stellen auf Ökostrom um. Papierlieferanten mit besserer CO₂-Bilanz erhalten gezielt mehr Aufträge. Pilotprojekte wie zum Beispiel mit der WAZ (Westdeutsche Allgemeine Zeitung) zeigen, was möglich ist: eine Emissionsreduktion um 70 Prozent, wenn in Produktion und Logistik konsequent grüne Energie und

pe 3 - in the supply chain. By integrating ecological criteria into tendering processes, Gundula and her team can act directly where their impact can be greatest.

They have rolled out a wide range of initiatives. The media offices and printing plants are switching to renewable electricity, and paper suppliers with a better carbon footprint are prioritized for contracts. Pilot projects, including one with the Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ), show what's achievable: emissions can be cut by 70 percent when green energy and efficient processes are applied consistently in production and logistics. According to FUNKE's 2023 Sustainability Report, the company reduced its overall carbon emissions by more than 48,000 tons (around 23 percent) compared with the previous year.

From the outset, Gundula and her team have taken a holistic approach: every initiative must be measurable. In 2023,





WE DON'T JUST WANT TO REPORT, WE WANT TO MAKE A REAL DIFFERENCE.

effiziente Prozesse eingesetzt werden. 2023 sinken laut Nachhaltigkeitsbericht die CO₂-Emissionen von FUNKE insgesamt um mehr als 48.000 Tonnen (rund 23 Prozent) im Vergleich zum Vorjahr.

Von Anfang an verfolgen Gundula und ihr Team einen ganzheitlichen Ansatz: Alle Initiativen müssen klar messbar sein. 2023 veröffentlicht FUNKE seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht in Anlehnung an die EU-Richtlinie CSRD, drei Jahre vor der gesetzlichen Pflicht. Die Erstellung ist ein Kraftakt: Allein die doppelte Wesentlichkeitsanalyse dauert ein halbes Jahr. „Aber diese Transparenz ist wichtig. Unternehmen müssen sich ehrlich machen, auch in der Lieferkette“, sagt Gundula.

Nachhaltigkeit als wirtschaftliche Chance

Für sie ist Nachhaltigkeit mehr als eine ökologische Verpflichtung, sondern auch eine wirtschaftliche Chance. „Unsere Anzeigenkunden fordern zum Beispiel ESG-Scores. Wer hier liefert, kann sich im Markt differenzieren.“ Darum denkt sie jede Maßnahme doppelt: ökologisch und wirtschaftlich. Ein Beispiel ist die FUNKE for Future Academy, die ihr Team gegründet hat. Mit dieser digitalen Lernplattform rund um das Thema ESG gibt FUNKE praxisnah Nachhaltigkeitswissen an mittelständische Unter-

FUNKE published its Sustainability Report, for the first time aligned with the EU's CSRD directive, three years ahead of the legal requirement. Producing it was a major effort; the double materiality analysis alone took six months. “But this level of transparency is crucial. Companies need to be honest with themselves, including about their supply chains,” she emphasizes.

Sustainability as a Business Opportunity

For Gundula, sustainability is more than an environmental responsibility, it's also a business opportunity. “Our advertising clients, for example, demand ESG scores. Those who can deliver here gain a real competitive advantage,” she explains. That's why every initiative is assessed in two dimensions: ecological and economic. One example is the FUNKE for Future Academy, a digital learning platform her team created to share practical sustainability knowledge with medium-sized companies.



nehmen weiter. „So schaffen wir Impact weit über unsere eigenen Unternehmensgrenzen hinaus.“

Gundulas Motivation ist auch persönlich geprägt. Ihr Mann kommt aus Bangladesch, bei Besuchen vor Ort sieht sie mit eigenen Augen, wie eng Lebens- und Arbeitsbedingungen im globalen Süden mit Entscheidungen in Europa verknüpft sind. „Wir finanzieren unseren Lebensstandard oft auf Kosten anderer. Das können wir nicht ignorieren.“

Um Nachhaltigkeit bei FUNKE voranzutreiben, setzt Gundula auf Dialog mit Fachbereichen, Lieferanten, Kunden. Sie vergleicht den Prozess mit dem Schälen einer Zwiebel: „Jede Schicht bringt Herausforderungen und neue Aha-Momente.“

Transformation heißt für sie: unbequeme Fragen stellen, Prozesse hinterfragen, langfristig denken – ökologisch und wirtschaftlich. Und es bedeutet, Widerstände nicht als Blockade zu sehen, sondern als Einladung, besser zu erklären. „Nachhaltigkeit funktioniert nur durch konstruktive Zusammenarbeit mit Lieferanten, Kunden und Teams.“

“In this way, we create impact far beyond our own organization.”

Her motivation is also deeply personal. Her husband is from Bangladesh, and visits there have shown her firsthand how closely living and working conditions in the Global South are tied to decisions made in Europe. “We maintain our standard of living at the expense of others, and we can’t turn a blind eye to that.”

Gundula drives sustainability through dialogue with departments, suppliers, and customers. She compares the process to peeling an onion: “Each layer brings challenges and new moments of insight.”

For her, transformation means asking uncomfortable questions, scrutinizing processes, and thinking long-term - both ecologically and economically. It also means treating resistance not as a roadblock but as an invitation to explain things more clearly. “Sustainability only works through constructive collaboration with suppliers, customers, and teams.”

Dem Gegenwind trotzen

Gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten ist es ein Kraftakt, Nachhaltigkeit als Business Case zu positionieren. „Zurzeit erleben wir global einen regelrechten Backlash gegen Klimaschutz und Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Nachhaltigkeit ist im „Schweinezyklus“ angekommen, allerdings stark politisch motiviert: Das Thema schien kurz oberste Priorität zu haben, jetzt schwingt das Pendel wieder zurück. Ich glaube, die nächsten zwei Jahre werden wirklich herausfordernd.“

Für Gundula ist das kein Grund nachzugeben, sondern sich jetzt erst recht auf Nachhaltigkeit zu fokussieren. Nach vier Jahren in Doppelfunktion steht nun ein neuer Abschnitt an. Im August 2025 hat sie die Leitung des Einkaufs abgegeben, um sich ganz auf Nachhaltigkeit zu konzentrieren. Für sie ist das ein logischer Schritt: mehr Raum für neue Ideen, Formate und Partnerschaften, um den Weg zu Klimaneutralität und verantwortungsvollen Lieferketten konsequent weiterzugehen. „Jetzt ist Zeit für Fokus: Für neue Ideen, neue Formate, neue Partnerschaften – und jede Menge nachhaltigen Business Drive. Der Beschaffung bleibe ich eng verbunden, aber jetzt habe ich die Freiheit, mich ganz auf die nachhaltige Transformation zu fokussieren.“

Standing the Backlash

Positioning sustainability as a business case is particularly challenging in economically tough times. “Right now, we are seeing a global backlash against climate protection and sustainability initiatives. Sustainability has entered a pork cycle, largely politically driven: it seemed to be the top priority for a while, and now the pendulum is swinging back. I expect the next two years will be truly demanding,” she says.

For Gundula, this is not a reason to step back. If anything, it reinforces the need to focus. After four years managing both roles, she has embarked on a new chapter. In August 2025, she handed over responsibility for procurement to concentrate fully on sustainability. For her, it’s a natural step: more space for new ideas, formats, and partnerships to continue advancing climate neutrality and responsible supply chains. “Now is the time to focus on new ideas, new formats, new partnerships, and plenty of sustainable business drive. I remain closely connected to procurement, but now I have the freedom to dedicate myself entirely to driving sustainable transformation.”



99
 THE
 GREATEST
 IMPACT
 LIES
 IN THE
 SUPPLY
 CHAIN



VISIONARIES OF TOMORROW ↗



osapiens



osapiens®

WWW.OSAPIENS.COM

