

Snap Inc. Jährlicher Diversitätsbericht 2023



Die Welt aus einem anderen
Blickwinkel betrachten

Inhalt

EINLEITUNG

Einführungsschreiben	3
Zusammenfassung	4

ABSCHNITT I: DIE STRATEGIE VON SNAP

Empathie wecken	10
Systeme neu gestalten	20
Verantwortlichkeit fördern	29

ABSCHNITT II: DIE DATEN VON SNAP

Daten Snapshot	37
Datendiagramme	41

Einführung von Evan, Oona und Arun

In unserem jährlichen Diversitätsbericht des letzten Jahres versuchten wir, unsere dringlichen und ehrgeizigen Bemühungen in Bezug auf Diversität, Gleichheit und Inklusion (DEI; Diversity, Equity & Inclusion) zu untermauern. Wir mussten jedoch feststellen, dass wir „eher noch Hindernisse zu überbrücken haben, bevor es einfacher wird“. Es überschritt jedoch unsere Vorstellungskraft, wie viele Hindernisse wir zu überbrücken haben würden und wie unterschiedlich die Welt doch sein würde. Der Krieg in der Ukraine und die wirtschaftliche Unsicherheit brauen sich zu einem perfekten Sturm zusammen, weshalb die Technologiebranche – einschließlich Snap – mit außerordentlichem Gegenwind zu kämpfen hat.

Diese andere Welt prägte die Fragen, die wir uns im Jahr 2022 stellten: Wie können wir die Themen Diversität, Gleichheit und Inklusion (DEI) mit weniger Ressourcen vor einem schwierigeren Hintergrund umsetzen? Wie stellen wir die Themen Diversität, Gleichheit und Inklusion (DEI) in den Mittelpunkt unserer Geschäftstätigkeit, während wir uns gleichzeitig auf das Wesentliche konzentrieren? Welche Prioritäten gilt es beim Schutz der Themen Diversität, Gleichheit und Inklusion (DEI) zu berücksichtigen?

Um DEI zu einer geschäftlichen Notwendigkeit zu machen, ist ein Paradigmenwechsel in unserem Denken notwendig. Anstatt zu fragen: „Welche DEI-Aufgaben sollten wir auf unsere dringende To-do-Liste setzen?“, sollten wir uns eher fragen: „Wie können wir unsere Geschäftstätigkeit mehr auf die Themen Diversität, Gleichheit und Inklusion (DEI) ausrichten?“ Dieser Paradigmenwechsel wird in unserem Bericht „Action to Catalyze Tech (ACT)“¹ gefordert. Dieser Bericht, der im Januar 2020 ins Leben gerufen und Ende 2021 veröffentlicht wurde, wurde von einer Gruppe von DEI-Experten verfasst. Im Laufe des Jahres 2022 haben wir diese Arbeit schrittweise durchgeführt, während wir gleichzeitig unser Team verkleinert und unsere Prioritäten neu gesetzt haben. Dieser Bericht erzählt die Story dieser Arbeit, die zum Teil scheiterte, zum Teil gerade erst begonnen hat und zum Teil bereits Früchte trägt.

Wir hoffen, dass der Austausch über unsere Erfolge und Rückschläge anderen helfen wird, die mit ähnlichen Herausforderungen zu kämpfen haben. Nur, weil noch kein Unternehmen eine Lösung für das DEI-Dilemma gefunden hat, bedeutet das nicht unbedingt, dass es unmöglich ist. Aber das Jahr 2022 hat uns gelehrt, dass wir unsere Geschäftstätigkeit in einer unterschiedlichen Welt weiter neu gestalten müssen.



Evan Spiegel

Mitbegründer und CEO



Oona King

VP, DEI



Arun Batra

Senior Director, DEI

Wie Sie diesen Bericht am besten lesen

Die Zusammenfassung stellt die wichtigsten Erkenntnisse dar, die wir gezogen haben, und stellt die drei Säulen vor, die unsere Strategie bestimmen. Zudem enthält er Topline-Daten aus dem Jahr 2022. Der Hauptteil des Berichts umfasst die Initiativen, die unsere DEI-Arbeit vorantreiben, und die Menschen, die sie vorantreiben – denn wir glauben, dass Menschen und ihre Erfahrungen genauso wichtig sind wie Daten und Systeme. Bitte beachten Sie auch unser [Video zu DEI](#)², das diesen Punkt zum Leben erweckt.

Einleitung

Zusammenfassung

Zusammenfassung

Im Jahr 2022 beeinflussten eine Reihe globaler Herausforderungen die Bemühungen, Snap – und die Technologiebranche – diverser, gerechter und inklusiver zu machen. Wir arbeiten daran, DEI in unsere gesamte Arbeit zu integrieren und hoffen, dass der Austausch über Erfolge und Rückschläge anderen hilfreiche Erkenntnisse bietet.

Unsere drei strategischen Säulen:

Empathie wecken

- Storys haben die Kraft, Herzen, Gedanken und Verhaltensweisen zu verändern, Empathie zu fördern und eine Kultur der Zugehörigkeit zu schaffen. Dieser Abschnitt befasst sich mit der Frage, wie man Teammitglieder einbinden kann, die zwar sehr unterschiedliche Hintergründe haben, aber alle die Möglichkeit haben, ihre beste Arbeit in einer Kultur zu leisten, in der Erfolg von Talent und nicht von Identität bestimmt wird.
- **Was funktioniert hat:** Empathie wecken, um die intrinsische Motivation zu fördern und Menschen dort abzuholen, wo sie sich befinden.
- **Was nicht funktioniert:** DEI in erster Linie als eine Übung anzusehen, in der Kästchen abgehakt werden.

Neugestaltung der Systeme

- Im Jahr 2022 haben wir überlegt, wie Änderungen an Systemen den größten Einfluss haben könnten. Beispielsweise haben wir, anstatt uns auf einzelne Teams zu konzentrieren, um die inklusive Einstellung zu fördern, daran gearbeitet, die inklusive Einstellung in unser gesamtes Rekrutierungssystem zu integrieren.
- **Was funktioniert hat:** Priorisierung des Systemwandels vor Ad-hoc-DEI-Initiativen und Verpflichtung zu funktionsübergreifendem Experimentieren, wie z. B. unser Pilotprojekt bei der Einstellung, um mehr Frauen in technische Positionen zu bringen.
- **Was nicht funktioniert:** Die Zusammenführung von Teams, ohne zuvor funktionsübergreifende Führungskräfte einzubeziehen, um gemeinsame Ziele zu entwickeln und umzusetzen.

Verantwortlichkeit fördern

- Verantwortlichkeit fördert bessere DEI-Ergebnisse. Wie bei jeder anderen Priorität sind auch für DEI klar definierte Ziele, Governance-Systeme und Daten notwendig. Snap zielt darauf ab, die Verantwortlichkeit für DEI auf persönlicher, Unternehmens- und Branchenebene zu unterstützen.
- **Was funktioniert hat:** Die Stärkung der Verantwortlichkeit und der Governance-Strukturen, um die DEI-Ziele voranzutreiben.
- Die C-Suite auffordern, ihre eigenen DEI-Ziele und -Schlüsselresultate (Objectives & Key Results; OKRs) auf der Grundlage unternehmensweiter Prioritäten zu entwickeln; und einen detaillierten, messbaren Plan aufzustellen, der bei vierteljährlichen Geschäftsbewertungen mit der C-Suite überwacht wird.
- **Was nicht funktioniert:** Veränderungen ohne Verantwortlichkeit der Führung zu erwarten.

Abschnitt 1: Die Strategie von Snap

Wir haben drei wichtige Erkenntnisse ermittelt, die unsere Arbeit vorantreiben:

Führung: Eine effektive, proaktive und verantwortungsbewusste Führung entscheidet über den Erfolg.

Erkenntnisse: Eine großartige Führung erfordert wichtige Erkenntnisse, um echte Veränderungen herbeizuführen.

Anreize: Anreize, um persönliches Engagement zu fördern, müssen mit klaren Erwartungen in Einklang stehen.

Abschnitt 2: Die Daten von Snap

Zusammenfassung (Hinweis: Die Daten zum Geschlecht sind global, die Daten zu Herkunft und ethnischer Zugehörigkeit beziehen sich nur auf die USA)

Wir machen kontinuierliche Fortschritte, was den Anteil von Frauen in der Technologiebranche angeht (Anstieg um 1,6 Prozentpunkte auf 21,2 %), aber wir müssen unsere Bemühungen beschleunigen. Die Fluktuationsrate für Frauen in unserer Tech-Organisation ist niedriger als die für Männer (siehe den Datenabschnitt für weitere Informationen).

Insgesamt haben wir jedoch an Einfluss verloren, was Herkunft und ethnische Zugehörigkeit angeht.

Der Anteil unterrepräsentierter Gruppen (Underrepresented Groups; URGs) der US-Belegschaft sank um 1,2 Prozentpunkte auf 16,2 %. Der Anteil unterrepräsentierter Gruppen in Bezug auf Herkunft und ethnische Zugehörigkeit der Führungsebene (Director+) ist jedoch um 1,5 Prozentpunkte auf 13,8 % gestiegen. Und in unserer Tech-Organisation konnten wir den Anteil unterrepräsentierter Gruppen in Bezug auf Herkunft und ethnische Zugehörigkeit unter allen Personalleitern erhöhen (+1,3 Prozentpunkte auf 11,3 %).

Die Einstellung von Personen unterrepräsentierter Gruppen ging zurück. Die Einstellung von Personen unterrepräsentierter Gruppen ging zurück. Dies gilt sowohl für Frauen weltweit als auch für unterrepräsentierte Gruppen in Bezug auf Herkunft und ethnische Zugehörigkeit in den USA. Wir arbeiten hart und systematisch daran, die gezielten Sourcing-Bemühungen für Frauen und unterrepräsentierte Gruppen in Bezug auf Herkunft sowohl innerhalb als auch außerhalb der USA zu verstärken. Wir hoffen, dass dies dazu beitragen wird, die Einstellungsquoten für unterrepräsentierte Gruppen zu erhöhen. Siehe den Abschnitt „Inklusive Einstellungsverfahren“ auf den Seiten 21-23.

Abschnitt I

Die Strategie von Snap

Die Strategie von Snap

Die DEI-Strategie von Snap basiert auf drei ineinandergreifenden Säulen: Empathie wecken, Systeme neu gestalten und Verantwortlichkeit fördern. Während wir diese Grundprinzipien beibehalten, hat Snap das letzte Jahr damit verbracht, sich auf das Wesentliche in allen Bereichen zu konzentrieren. Wir haben gelernt, dass die Priorisierung von DEI, insbesondere in schwierigen Zeiten, einen echten Paradigmenwechsel erfordert: Anstatt DEI als einen Aspekt unserer Arbeit zu behandeln, müssen wir DEI in unsere gesamte Arbeit integrieren. Um diesen Wechsel zu vollziehen, haben wir drei wichtige Erkenntnisse gezogen, die unsere Strategie in Bezug auf Empathie, Systeme und Verantwortlichkeit vorantreiben:

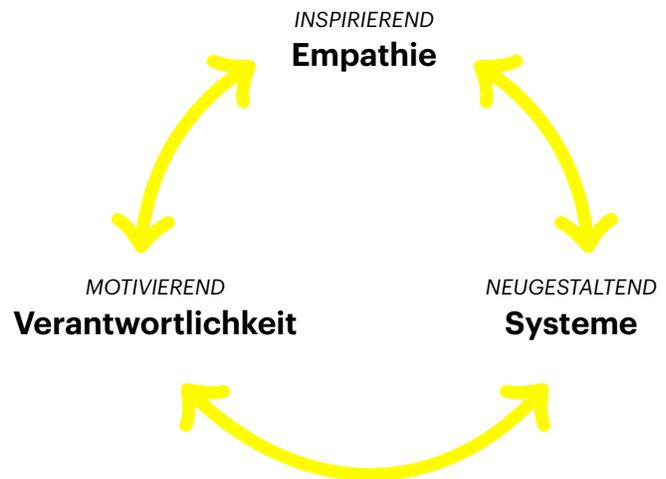
Führung: Unsere derzeitigen Führungskräfte müssen inklusiver sein, und unsere zukünftigen Führungskräfte müssen diverser sein. Wir bauen inklusives Führungswissen in unsere Erwartungen und Schulungen für alle unsere Führungskräfte ein. Wir glauben, dass alle Teammitglieder bei Snap „DEI Leader“ sein müssen – aber wir wissen, dass dies mit unserem Führungsteam beginnt. Eine effektive und verantwortungsbewusste Führung macht den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg aus.

Erkenntnisse: Eine großartige Führung erfordert wichtige Erkenntnisse – sowohl auf persönlicher Ebene für Einzelpersonen als auch auf organisatorischer Ebene für Teams. Wir können bedeutungsvollere Fortschritte erzielen, wenn wir ein tieferes Verständnis für die komplexen DEI-Themen gewinnen und organisationsspezifische Daten verwenden, um unterschiedliche Teamerfahrungen aufzuzeigen.

Anreize: Wir müssen Anreize mit klaren Erwartungen in Einklang bringen. Wir möchten die intrinsische Motivation wecken und verhindern, dass DEI zu einer Übung wird, bei der Kästchen abgehakt werden. Inspiration muss durch sinnvolle Verantwortlichkeit unterstützt werden. Unsere Beförderungsbewertung wird beispielsweise neu ausgerichtet, um Teammitglieder auszuzeichnen, die eine inklusive Führung zeigen. Und die Elemente zur Auszeichnung unseres Führungsteams berücksichtigen seine Bemühungen um DEI-Initiativen und -Programme.

Diese drei Erkenntnisse bilden die Grundlage für die in diesem Bericht skizzierte Strategie. Um zu veranschaulichen, wie sich die Strategie entwickelt hat, teilen wir Geschichten von Einzelpersonen und Teams, die hart daran arbeiten, einen Paradigmenwechsel herbeizuführen: Anstatt DEI-Aufgaben zu ihrer Arbeit hinzuzufügen, hat eine Vielzahl unserer Teams – darunter Engineering, Product, Content, Marketing, Learning & Development (L&D), Talent Acquisition und viele mehr – DEI in den Mittelpunkt ihrer wichtigsten Arbeit gestellt.

Die ineinandergreifenden Säulen unserer Strategie (Empathie, Systeme und Verantwortlichkeit) sind genau das: ineinandergreifend. Es gibt beispielsweise Überschneidungen zwischen der Förderung von Verantwortlichkeit und der Neugestaltung von Systemen. Oder zwischen der Neugestaltung von Systemen und dem Wecken von Empathie – es ist eher unwahrscheinlich, ein System zu ändern, ohne die Denkweise der Menschen in diesem System zu ändern. **Empathie verändert das Denken mehr als der Prozess.**



Wir glauben, dass eine inklusive und verantwortungsbewusste Führung den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg ausmacht; dass eine großartige Führung wichtige Einsicht und Empathie erfordert; und dass neu gestaltete Systeme Anreize und Verantwortlichkeit in Einklang bringen müssen.

Empathie wecken



Empathie wecken

Welche Story steckt dahinter?

Als ein Unternehmen für Storytelling wissen wir, dass Storys die Kraft haben, Herzen, Gedanken und Verhaltensweisen zu ändern. Storys schaffen Empathie, die Verhaltensänderungen bei Snap und in der gesamten Branche hervorrufen kann. Und obwohl unsere Branche datengesteuert ist, wissen wir, dass Zahlen kein Ersatz für Lebenserfahrungen sind. Die unterschiedlichen Lebenserfahrungen unterrepräsentierter Gruppen können das Zugehörigkeitsgefühl mindern, was wiederum die Möglichkeit reduziert, das volle Potenzial auszuschöpfen. Mit unserem Ziel, Empathie zu wecken, möchten wir eine gemeinsame Kultur der Zugehörigkeit für alle schaffen. In diesem Abschnitt überlegen wir, wie wir Teammitglieder einbinden können, die zwar sehr unterschiedliche Hintergründe haben, aber das Gleiche wollen: die Chance, ihre beste Arbeit in einer inklusiven Kultur zu leisten, in der Erfolg von Talent und nicht von Identität bestimmt wird.

Welche Beispiele gibt es?

- 1.1 Verbindung und Empathie aufbauen
 - DEI Learning Collection
 - Council-Programm: mit dem Herzen zuhören
- 1.2 Teammitglieder in der Ukraine unterstützen
- 1.3 Snap Employee Resource Groups (ERGS)
- 1.4 Ein inklusiverer Datensatz: Self-ID-Daten
- 1.5 DEI Innovation Summit 2022
- 1.6 Inklusives Design mit ASL
- 1.7 LACMA - Monumentale Perspektiven

Wer sind diese Menschen?

„Als ich mit dem Coaching von „Better Up“ begann, war ich nicht sehr zuversichtlich. Ich war eher ängstlich. Ich fühlte mich nicht zugehörig, ich hatte nicht das Gefühl, dass ich einen Platz am Tisch hätte. Ein Jahr später fühle ich mich ganz anders. Das persönliche Wachstum, das ich erfahren habe, hat nicht nur mein Arbeits-, sondern auch mein Privatleben



verbessert. Ich fühlte mich nicht mehr wie jemand, der keinen Platz am Tisch hatte, sondern wie jemand, der am Kopfende des Tisches saß.“

Chidinma Chuku

Co-Lead von SnapNoir,
ERG von Snap für schwarze Teammitglieder

Was hat funktioniert (und was nicht)?

Was im Hinblick auf unseren Gesamtansatz funktioniert hat, ist, dass durch das Wecken von Empathie eine intrinsische Motivation gefördert werden konnte. Was funktioniert hat, ist, Menschen dort zu erreichen, wo sie sich befinden. In einigen Bereichen engagieren sich die Teammitglieder immer mehr persönlich für DEI -- und wir wollen diesen Erfolg ausbauen.

Was nicht funktioniert hat, waren Fälle, in denen DEI zu einer Liste von Aufgaben wurde, die Personen als eine Compliance-Übung abhakten. Wenn wir die Menschen stattdessen zu Einfallsreichtum und

Einfühlungsvermögen inspirieren, erhalten wir wirklich innovative Ideen, die unser Unternehmen und unsere Branche inklusiver machen.

Ein weiteres Beispiel dafür, was funktioniert, sind unsere Erfahrungen mit ERGs (Employee Resource Groups; eine von Mitarbeitern geleitete Initiative in einem Unternehmen). Wir bringen jetzt ERGs direkt mit Führungskräften der C-Suite zusammen, und in Zukunft wird jede ERG von der C-Suite gesponsert werden. ERG-Führungskräfte haben auch Zugang zu Schulungen unseres L&D-Teams, einschließlich der Karrierevorbereitung und der Entwicklung von Führungskräften. Wir möchten ERGs unterstützen, damit sie in ihren jeweiligen Gemeinschaften einen positiven Einfluss ausüben und unser Geschäft unterstützen können. Unser Council-Team – das ein starkes Forum für Storytelling bietet, in dem die Teilnehmer einander zuhören und miteinander in Kontakt treten – unterstützt die direkte Verbindung zwischen der Führung und den ERGs. Dies hilft ERGs, ihren Einfluss auf die Führung zu verstärken und gleichzeitig innerhalb des Top-Führungsteams von Snap für Gemeinschaften, die bei Snap möglicherweise unterrepräsentiert sind, Empathie zu wecken. Wenn wir uns anschauen, was wir besser hätten machen können, hätten wir davon profitieren können, wenn wir früher auf unserer DEI-Reise mehr individuelle Beziehungen zwischen unseren Führungskräften und unseren ERGs aufgebaut hätten.

In diesem Abschnitt sehen wir, wie Empathie für andere Gemeinschaften (die Gemeinschaft der Gehörlosen und Schwerhörigen und die Gemeinschaft der LGBTQ+) neue Perspektiven und ein inklusives Produktdesign hervorrufen kann. Wir engagierten uns für unsere Teammitglieder in der Ukraine, deren Leben durch den Krieg auf den Kopf gestellt wurde. Und wir haben gesehen, wie die Unterstützung unserer ERG-Führungskräfte eine Win-Win-Situation für Einzelpersonen und das Unternehmen ist. Da DEI in der Verantwortung

jedes Einzelnen liegt, erfordert es eine persönliche Führung, unabhängig von Ihrer Rolle bei Snap. Und unsere Fähigkeit, einfühlsame und inklusive Führungskräfte zu sein, wird zunehmend unseren Erfolg bestimmen.

Initiativen

Verbindung und Empathie aufbauen

DEI Learning Collection

Unter der Leitung unseres Learning & Development (L&D)-Teams. Dies umfasst eine Reise durch mehrere Kurse zum Verständnis unbewusster Voreingenommenheit und der Rolle eines Verbündeten. Die Learning Collection bietet Erkenntnisse über umsetzbare Fähigkeiten in Bezug auf die Rolle eines Verbündeten sowie darüber, wie wir schwierige Gespräche über unsere Identität führen können. Snap fordert Teammitglieder und Manager auf, diese Ressourcen in ihrem eigenen Tempo zu erkunden, und bietet ganzen Teams die Möglichkeit, an moderierten Live-Workshops teilzunehmen. Viele Teams haben auch die Initiative ergriffen, um kuratierte Sitzungen zu planen, um ihre eigenen einzigartigen Erfahrungen zu diskutieren, wie unbewusste Voreingenommenheit, Machtdynamik und Identität in Arbeitsbeziehungen ins Spiel kommen. Unser Ziel ist es, eine Kultur der psychologischen Sicherheit zu schaffen, sowie Kreativität und Innovation zu wecken.

Council-Programm: mit dem Herzen zuhören

Council ist eine Praxis des Zuhörens, die die Teilnehmer einlädt, ihre Geschichten miteinander zu teilen, um eine Verbindung zu knüpfen und eine Gemeinschaft zu schaffen. Das Programm ist ein grundlegender Bestandteil unserer Kultur und eine Kernkomponente unserer DEI-Strategie. Es bietet einen strukturierten Zeitrahmen. Es wird von einem erfahrenen Moderator geleitet und bietet Teammitgliedern die Möglichkeit, zuzuhören und

Kollegen aus dem gesamten Unternehmen besser verstehen zu können. Das Council-Team bietet Teammitgliedern die Möglichkeit, sich in einer Vielzahl von Umgebungen zu treffen, und umfasst Aktivitäten, die die Kreativität und das Engagement der Gemeinschaft fördern sollen.

„Council ermöglicht es den Menschen, persönlich und ehrlich und in einigen Fällen, je nachdem, um welche Themen es geht, verletzlich zu sein und über Dinge zu sprechen, die im normalen Verlauf einer Konversation möglicherweise nicht angesprochen werden. Jedes Mal, wenn ich bei Council zuhöre – oft mehrmals im Monat – bin ich von der schieren Wirkung und der Schaffung von bedeutenden Verbindungen zu Menschen im gesamten Unternehmen beeindruckt.“



Jerry Hunter
Chief Operating Officer

Council pflegt die Art von Bindungen, die zu einem Umfeld beitragen, in dem sich Menschen miteinander mehr verbunden fühlen, was – wie Untersuchungen zeigen – zu höheren Bindungsraten führen kann. Das Feedback, das wir erhalten haben, zeigt, dass Council uns erfolgreich dabei hilft, Empathie über Grenzen hinweg zu stärken, sei es in Bezug auf Herkunft, Geschlecht, LGBTQ+-Status, Behinderung, Alter, sozioökonomischen Status, Eltern- und Betreuer-Status, Veteranen-Status, und viele mehr. Dieses Programm ist einzigartig bei Snap, und wir haben

„Ich bin in Indien am Stadtrand von Mumbai aufgewachsen. Ich wurde als ein dunkelhäutiges Mädchen geboren, und einige meiner frühesten Erinnerungen waren, dass mir auf der Straße Namen hinterhergerufen wurden und ich mich nicht sicher fühlte, herumzulaufen. Ich wurde in keiner Weise als schön betrachtet, sondern wurde das hässlichste Kind der Schule genannt.



Auf jeder Ebene gab es eine vorurteilsbehaftete oder bevorzugte Behandlung von Menschen gleicher Herkunft allein aufgrund ihrer Hautfarbe. Sogar Verwandte sagten: „Niemand wird sie heiraten, sie wird niemanden finden, der sie liebt.“ Ich habe versucht, Liebe zu zeigen, aber alles, was ich erhielt, war Hass. Also war ich als Kind depressiv und hatte Selbstmordgedanken. Die vorurteilsbehaftete oder bevorzugte Behandlung von Menschen gleicher Herkunft, das Kastensystem und die Abneigung gegenüber Personen, die der LGBTQ+ Community angehören, sind alle irgendwie miteinander verbunden. Auch die Sprache spielt eine wichtige Rolle. Der Begriff „nichtbinär“ ist befreiend, weil er mir meine Existenz erklärt. Bei Snap fand ich eine Kultur des tiefgreifenden Zuhörens, insbesondere durch Council, und dies gab mir das Vertrauen, mich in der Arbeit als „nichtbinär“ zu outen. Aber als ich aufwuchs, gab es viele dieser Begriffe nicht. Als ich auf den Begriff „Colorism“, also die vorurteilsbehaftete oder bevorzugte Behandlung von Menschen gleicher Herkunft, stieß, hatte ich ein überwältigendes Gefühl. Ich konnte es nun endlich verstehen, „Ok, das ist es, was mir widerfahren ist, es ist ein Phänomen, es ist ein systemisches Problem. Es liegt nicht an mir, sondern an der Welt im Allgemeinen!“ Meine Gefühlswelt schwankte zwischen dem Gefühl, überhaupt nicht existieren zu wollen und dem Gefühl, mehr als alle anderen, die ich kenne, leben zu wollen. Kleine, tiefgreifende, freundliche Gesten von meinen Freunden haben mich wirklich bestätigt. Nur ein Freund, der sich für mich einsetzt – das ließ mich glauben, dass es in der Welt doch Liebe gibt, dass sie wirklich existiert. Denkt daran: Die Bereitschaft, Jemanden so zu akzeptieren, wie er/sie ist, kann einen großen Unterschied zwischen dem Leben oder dem Tod einer Person machen.“

Seema Puthyapurayil
Head of Partner Engineering

ein Schulungsprogramm – Dandelion – entwickelt, um in unterrepräsentierte Talente zu investieren, die diese Praxis leiten.

Teammitglieder in der Ukraine

unterstützen Evakuierung unseres Team

Am 24. Februar 2022 marschierte Präsident Putin in die Ukraine ein und entsandte über 100.000 russische Truppen in ukrainische Städte, einschließlich Odessa und Kiew. Er behauptete fälschlicherweise, die Ukraine werde von Neonazis regiert, die die ethnische russische Minderheit unterdrückten. Der Angriff Russlands auf die Ukraine hat die Welt verändert. Snap war direkt betroffen, da wir in der Ukraine unsere Linsen-Technologie erworben und entwickelt haben. Ukrainische Teammitglieder haben schon immer eine wichtige Rolle bei der Innovation und dem Wachstum von Snap gespielt. Trotz der Verwüstung eines umfassenden Kriegs bilden sie auch heute noch das Herzstück des Augmented Reality-Geschäfts von Snap. Als der Krieg ausbrach, befanden sich über 300 Mitglieder unseres ukrainischen Teams in Kiew und Odessa. Seitdem hat Snap daran gearbeitet, die freiwillige Umsiedlung von mehr als der Hälfte des Teams in andere Länder zu unterstützen, während einige in der Ukraine geblieben sind. Snap-Teammitglieder engagieren sich auch ehrenamtlich für die Ukraine, indem sie kreative Workshops mit ukrainischen Kindern und durch Initiativen zur Büroversorgung unterstützen, um Menschen in der Ukraine und Flüchtlingen dringend benötigte Materialien zu spenden. Snap hat auch eine Partnerschaft mit **CARE** geschlossen, um eine neue **Linse** zu starten und Snapchatter einzuladen, in Solidarität mit der Ukraine eine Sonnenblume – die nationale Blume der Ukraine, die Hoffnung und Frieden symbolisiert – zu pflanzen.

„Ich erinnere mich an den Tag, als ich aufwachte und eine Explosion hörte, und dann sechs weitere Raketeneinschläge von meinem Fenster in Kiew aus sah. Als Ukrainer sind wir ironischen Pessimismus gewöhnt. Aber ich denke, dass der Krieg dies verändert hat: Die Menschen kommen zusammen, um zu helfen, wir verlassen uns nicht nur auf unsere Armee, um uns zu verteidigen, sondern wir alle unterstützen einander. Ich habe jetzt wahrscheinlich mehr Vertrauen in die Menschheit als zuvor. Ich lebe jetzt aber mehr in der Gegenwart als in der Zukunft, da sich immer etwas ändern kann und man vielleicht gar keine Zukunft hat. Wenn du also große Träume hast, dann lebe sie jetzt. Ich möchte auch dem Snap-Team gegenüber meine Dankbarkeit ausdrücken. Vielen Dank für eure Empathie, euer Verständnis und eure aufrichtige Fürsorge für die Ukraine. Vielen Dank an diejenigen unter euch, die sich entschieden haben, zu spenden – und wenn du noch nicht gespendet hast, dann kannst du das immer noch tun! Wenn du mit einem ukrainischen Teamkollegen zusammenarbeitest, sind ein paar Worte der Unterstützung immer willkommen. Im Jahr 2022 haben wir eine neue mächtige Kraft freigesetzt – die Widerstandsfähigkeit – und wir haben bewiesen, dass wir wirklich unbesiegbar sind.“



Vladyslav Vasylykevych

Director of AR Production von Snap

„Als wir hier in LA zum ersten Mal von der Invasion hörten, war eine lähmende Angst zu spüren. Aber als Führungskraft gab es keine Zeit für Panik. Du wusstest, dass das Leben der Menschen von deiner Leitung, Strategie und deinen Maßnahmen abhing. Wir haben rund um die Uhr in Schichten gearbeitet. Als man kurz davor war, ohnmächtig zu werden, hat man sein Telefon an eine/n Kollegen/in weitergegeben, der/die die Koordination der Maßnahmen übernahm. Die täglichen Meetings begannen um 5 Uhr morgens und gingen alle paar Stunden bis 20 Uhr weiter. Der CEO und die Führung von Snap nahmen an jedem Meeting teil – an jedem einzelnen. Ich kann mich fast nicht mehr an die ersten 6 Monate des Kriegs erinnern. Ich konnte nicht mehr schlafen, hatte Ohnmachtsanfälle und war dabei, abzuschalten. Mein Team hat mir geholfen, diese schwierige Zeit zu überstehen. Mein Team bestand schon immer aus den kreativsten, stärksten und mutigsten Menschen, die ich je getroffen habe, und jetzt habe ich den Beweis dafür. Aber wir verstehen immer noch nicht, warum dies geschehen ist, warum jemand unser Land und unsere Menschen derart hasst, dass sie uns zerstören wollten. Es ist wie ein schlecht geschriebener Film, in dem keine Motivation hinter der Handlung steckt – ein wirklich schlechtes Drehbuch. Ich konnte nicht mehr in die Ukraine zurückkehren, aber ich habe dort eh nicht mehr viel. Das Haus meiner Schwester wurde zerstört. Sogar der Friedhof wurde zerstört, wo mein Vater begraben wurde. Und der schwerste Schicksalsschlag war, meine geliebte Großmutter zu verlieren, die Wochen in einem Flüchtlingslager feststeckte, während sie versuchte, zu fliehen. Sie starb im Alter von 86 Jahren, einen Tag, nachdem wir sie in den Niederlanden in Sicherheit gebracht haben. Sie hat so viel überlebt – den Zweiten Weltkrieg, die Hungersnöte, den Krebs; sie war Physikerin und eine große Inspiration für mich. Ich glaube, dass wir in Zukunft unseren eigenen Siegestag haben werden, wie es unsere Großeltern nach dem Zweiten Weltkrieg hatten. Wir werden unsere Heimat wieder aufbauen und noch besser machen müssen. Auch ich versuche, meinen Beitrag auf jede mir erdenkliche Art und Weise zu leisten: Ich habe ein [Alphabetbuch](#) für meine Kinder geschaffen, das voller ukrainischer Symbole ist, und alle Gewinne, die ich daraus erziele, sende ich Kindern und Müttern in der Ukraine über den [Masha Fund](#), dessen Ziel es ist, das emotionale Wohlbefinden von Frauen und Kindern während des Kriegs zu unterstützen.

**Lidiia Bogdanovych**

Senior Director of Lens Design von Snap (in der Zentrale von Snap in LA, USA)

Snap Employee Resource Groups (ERGs)

Das ERG-Programm von Snap ist fokussierter als je zuvor. Es umfasst regionale Führungskräfte in den Märkten von Nordamerika, Europa, Nahost und Nordafrika (MENA) und Asien-Pazifik, die von Gemeindevertretern im Rahmen lokaler, auf die Niederlassungen fokussierte Initiativen für mehr als 2000 Gemeindemitglieder auf der ganzen Welt unterstützt werden. Im Jahr 2022 waren ERGs wichtige Partner beim Aufbau einer Gemeinschaft für unterrepräsentierte Gruppen bei Snap in einem wirklich schwierigen Jahr. Snap erkennt sowohl den Wert als auch das Potenzial von ERGs an und bietet ERG-Führungskräften Auszeichnungen, Führungstraining und Coaching. Wir haben das Jahr 2023 mit einer neuen ERG-Governance-Struktur begonnen, um klarere Verantwortlichkeiten in der Führung zu schaffen, und haben weiter Wege entwickelt, um eine direktere Zusammenarbeit mit den Führungskräften von Snap zu ermöglichen. Im Januar 2023 haben wir ERG-Führungskräfte aus der ganzen Welt in unsere Zentrale eingeladen, um den ersten Global Summit für ERG-Führungskräfte von Snap zu organisieren. ERGs nutzten die Gelegenheit, um Verbesserungsvorschläge für unser Produkt zu machen und funktionsübergreifender auf gemeinsame Interessen hinzuarbeiten. Ein Ergebnis sind gemeinsame ERG-Kampagnen zur Förderung intersektionaler Themen wie dem Welttag der psychischen Gesundheit und dem Internationalen Frauentag. Und wir haben in ein neues ERG-Management-Tool investiert, um das ERG-Engagement zu verfolgen und zu steigern – denn wir alle profitieren von einer inklusiveren Kultur. Ein Beispiel für eine ERG, die unser Produktangebot beeinflusst, war eine Partnerschaft, die von SnapPride, der LGBTQ+-ERG von Snap, ins Leben gerufen wurde. In Partnerschaft mit V.O Curations, einer in London ansässigen Kunstorganisation, die aufstrebende und unterrepräsentierte Künstler unterstützt, hat Snap die erste AR-Ausstellung

Pride Augmented: A Celebration of Queer Art



für Queer-Kunst im Freien ins Leben gerufen, die „Pride Augmented: A Celebration of Queer Art“ heißt. Die Ausstellung wurde von unserer AR-Technologie unterstützt und zeigte die Kunstwerke und Storys von sechs LGBTQ+-Künstlern zum 50. Jahrestag der ersten Gay-Pride-Parade in London. Unsere Technologie für City Landmarker wurde von unserem AR-Studio in Paris entwickelt und ermöglichte es Snapchattern, jedes Kunstwerk zu sehen, das auf ikonischen Gebäuden wunderschön dargestellt wurde, während sie die Old Compton Street, Soho, erkundeten. Dabei wurde der Himmel auch in die Regenbogenfarben der Gay-Pride-Flagge verwandelt.

Self-ID-Daten: Ein inklusiverer Datensatz

Im Jahr 2020 haben wir begonnen, Self-ID-Daten zu sammeln, die ein inklusiveres und robusteres Bild unseres Teams vermitteln. Dadurch können wir auch nicht-binäre Geschlechtsdaten sowie andere Faktoren der Identität erfassen, die weit über Herkunft und Geschlecht hinausgehen. Unsere Self-ID-Daten bieten beispielsweise ein faszinierendes Bild davon, wie viele Teammitglieder bei Snap Studenten der ersten Generation sind (die ersten in ihrer Familie, die in verschiedenen Ländern ein College oder eine Universität besuchen) – von 41 % in Australien bis 24,9 % in den USA.

Andere Daten umfassen, wie viele Teammitglieder der LGBTQ+ Community angehören; wie viele neurologisch divers sind oder mit einer geistigen oder körperlichen Behinderung leben; wie viele Eltern oder Betreuer sind; wie viele im Militär dienen oder gedient haben; und wie viele eine andere Sprache als Englisch als ihre Muttersprache sprechen. Den vollständigen Datensatz finden Sie in Abschnitt 2. Unsere Self-ID-Umfrage erstreckt sich nun auf Märkte, die 93 % unserer Belegschaft abdecken: Australien, Deutschland, Frankreich, Kanada, die Niederlande, die USA, die Vereinigten Arabischen Emirate und das Vereinigte Königreich. Die DEI-Self-ID-Umfrage ist freiwillig, und 82 % aller befragten Teammitglieder haben daran teilgenommen.

„Ich wurde als Tochter einer 19-jährigen alleinerziehenden Mutter in North Idaho, USA, geboren, der von ihrer Krankenschwester geraten wurde, mich zur Adoption freizugeben, damit ich ein besseres Leben führen könnte. Stattdessen hat sie beschlossen, das College abzubrechen und mich aufzuziehen. Als ich fünf war, zogen wir nach Hawaii und lebten in einem Haus ohne fließendes Wasser oder Strom. Aber es hat mich wirklich gelehrt, wie man innovativ sein und mit dem auskommen konnte, was man hatte. Wir haben Regenwasser aufgefangen, um zu duschen, und haben unsere Autobatterie benutzt, um fernzusehen. Ich kann mich noch an die Blicke erinnern, die uns zugeworfen wurden, als meine Mutter ihre Essensmarken herausholte, um für Lebensmittel zu bezahlen. Ich habe schon immer sehr hart gearbeitet, weil ich die Dinge für mich, meine Familie und andere besser machen wollte. Ich wurde die erste Person in meiner Familie, die das College abschloss. Ich war jahrelang in der Beratung tätig, bis ich schließlich die Chance meines Lebens erhielt, bei Snap zu arbeiten. Aber auch wenn ich nicht oft darüber spreche, habe ich nie vergessen, wo ich herkomme. Wir sollten den Storys anderer Menschen mehr zuhören. Als ich zu Snap kam und zum ersten Mal bei Council zuhörte, dachte ich: „Was passiert hier eigentlich?“ Tiefgreifendes Zuhören ist so mächtig: Es ermöglicht jedem im Raum, gehört zu werden, und nicht nur den lautesten Menschen. Und für einen introvertierten Menschen wie mich ist das von entscheidender Bedeutung.“



Rebecca Morrow

Chief Accounting Officer & Datenverantwortliche

2022 DEI Innovation Summit

Im November 2022 hielt Snap sein jährliches **DEI Innovation Summit**, eine eintägige virtuelle Veranstaltung ab, die ins Leben gerufen wurde, um Tech-Führungskräfte zu inspirieren, eine gerechtere Branche aufzubauen. Der Gipfel konzentrierte sich auf Empfehlungen des **ACT-Berichts** und förderte einen branchenübergreifenden Ansatz, um die DEI-Ergebnisse über die gesamte Belegschaft, die Kultur und die Produkte hinweg zu verändern. In diesem Jahr haben sieben Führungskräfte von Snap sowie 18 Branchenführer von Google, Uber, Spotify, LinkedIn und weiteren Unternehmen Best Practices zu DEI geteilt. Zu den Rednern zählten auch die Schauspieler Geena Davis und Keke Palmer. Besonders inspirierend war die **Konversation** mit der vor kurzem verstorbenen globalen Verfechterin der Behindertenrechte, Judy Heumann. Sie hob die Lehren hervor, die aus der Bewegung für die Rechte von Menschen mit Behinderungen gezogen wurden, wie die Technologiebranche die Messlatte für die Inklusion höher legen kann und was wir alle tun können, um eine zugänglichere Zukunft aufzubauen. Das Engagement der Redner ist im Vergleich zum

Vorjahr um 22 % gestiegen, und insgesamt nahmen 41 Redner teil. Wir erfreuten uns auch im Internet einer enorm positiven Stimmung. Die meisten Zuschauer haben die Inhalte mehr als 2 Stunden lang verfolgt, und es wurde eine Zufriedenheitsrate von 95 % bei den Teilnehmern erreicht, die nach dem Gipfel an unserer Umfrage teilnahmen (60 % der Personen, die nach dem Gipfel an der Umfrage teilnahmen, haben die Inhalte mehr als 3 Stunden lang verfolgt).

Inklusives Design mit American Sign Language (ASL)

Im Jahr 2022 war die erste Oscar-Werbung von Snap ein Beispiel für echte Inklusion auf dem Bildschirm und außerhalb davon. Der Spot mit Darstellern aus der Gehörlosengemeinschaft und mit ASL-geschulten Direktoren zeigte Menschen, die mithilfe der AR-Linsen von Snapchat lernen, wie man mit dem Fingeralphabet buchstabiert; diese sind ein Teil einer Reihe von Linsen, die Handbewegungen in Text übersetzen. Diese Linsen wurden von einer Gruppe gehörloser Teammitglieder bei Snap entwickelt, die ihre



Perspektive auf die Produkte des Unternehmens einbringen – und sie sind jetzt für alle Benutzer verfügbar.

„Die Besonderheit der menschlichen Bedingung ist für jeden interessant. So können wir uns direkt an Zielgruppen wenden, um eine diversere Community einzuladen, sich auf unserer Plattform auszutauschen. Um Themen anzusprechen, die den Menschen wirklich am Herzen liegen, und sie dazu zu ermutigen, ihre eigenen Themen vorzubringen ... Dadurch ändert sich die Mentalität eines Unternehmens bezüglich dessen, für wen es bestimmt ist und wer willkommen ist, und im Zuge dessen, wer hier arbeitet. Das war unsere Überzeugung, als wir an unserer ersten Oscar-Anzeige arbeiteten, in der Snap-Linse gezeigt wurden, die von gehörlosen Teammitgliedern bei Snap für die Gehörlosengemeinschaft und ihre Verbündeten entwickelt wurden.“



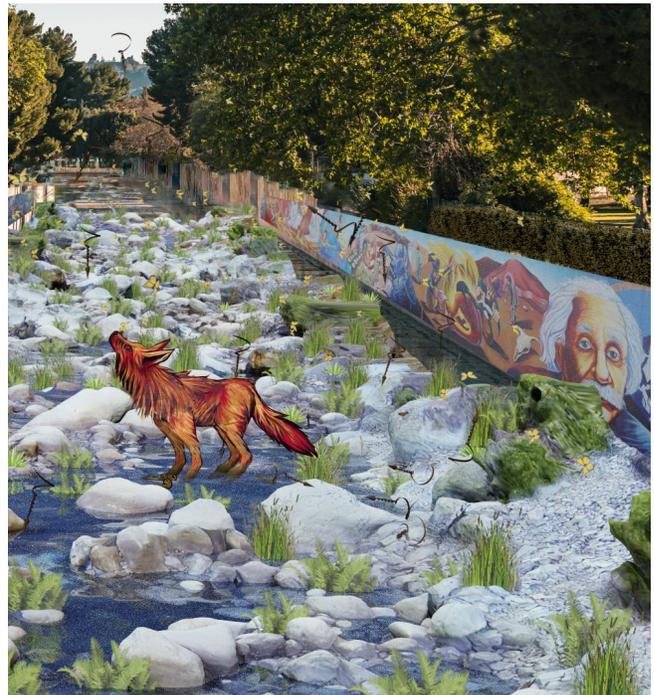
Colleen DeCourcy
Chief Creative Officer

LACMA – Monumental Perspectives

Diese mehrjährige Initiative mit dem Los Angeles County Museum of Arts (LACMA) erkundet mithilfe der Augmented Reality Denkmäler und Wandmalereien, Darstellungen und Geschichte. Monumental Perspectives bringt Künstler und Technologen zusammen, um virtuelle Monumente zu schaffen, die einige der Geschichten der Gemeinden von Los Angeles

erkunden, um Perspektiven aus der gesamten Region hervorzuheben. In Absprache mit Gemeindeführern und Historikern untersuchte die zweite Gruppe von Künstlern, Judy Baca, Sandra de la Loza und Kang Seung Lee, die sich verändernden Landschaften und die Erinnerung als eine Möglichkeit, Vergangenheit und Gegenwart durch Augmented Reality zu verbinden. Besucher können die Augmented-Reality-Monumente an standortspezifischen Orten in Los Angeles erleben, einschließlich des Earvin „Magic“ Johnson Parks, des Algin Sutton Recreation Center und der Great Wall of Los Angeles.

Die Monumente können von jeder beliebigen Person auf der ganzen Welt erkundet werden, egal wo sie sich auf Snapchat befindet, indem sie den Linsen-Explorer durchsucht und die Snapcodes auf der Website des LACMA einscannet. Erfahre mehr darüber, wie du virtuelle Monumente erleben kannst, und sieh dir die Sammlung Monumental Perspectives des letzten Jahres [hier](#) an. Im Herbst 2023 wird das Projekt seine letzte Sammlung präsentieren.



Systeme neu gestalten



Systeme neu gestalten

Welche Story steckt dahinter?

Die Neugestaltung von Systemen ist mit viel Arbeit verbunden. Aber unterschiedliche Ergebnisse zu erwarten, ohne einen anderen Ansatz zu verfolgen, ist oft verschwendete Zeit. Im Jahr 2022 überlegten wir, wo „systemorientiertes Denken“ die größte Wirkung haben könnte.

Dazu gehört, dass man im Laufe der Zeit Verhaltensmuster und die zugrunde liegenden Strukturen, die sie antreiben, identifiziert. Wir entwerfen dann Eingriffe bis zu den sogenannten „Punkten mit hoher Hebelwirkung“. Wir haben diesen Ansatz in Bereichen gewählt, einschließlich der Rekrutierung, der Produktentwicklung, der Erstellung von Inhalten und der Ausweitung nicht-traditioneller Wege in die Technologie. Anstatt uns auf einzelne Teams zu konzentrieren, um die inklusive Einstellung zu fördern, haben wir beispielsweise daran gearbeitet, die inklusive Einstellung in unser gesamtes Rekrutierungssystem zu integrieren. Obwohl sich diese Arbeit noch in einem frühen Stadium befindet, wirkt sie sich bereits auf jedes Team im gesamten Unternehmen aus.

Welche Beispiele gibt es?

- 2.1 Inklusive Einstellung
- 2.2 Grundsätze der Produktinklusion
- 2.3 523 Accelerator: Diversifizierung von Kreatoren
- 2.4 Inklusion im Marketing
- 2.5 Nicht-traditionelle Wege erweitern
 - Snap Up (Ausbildung)
 - Snap Academies (Ausbildung)
 - Unterstützung verschiedener juristischer Talente
 - Onboarding inklusiven Engineerings
- 2.6 Erweiterung der Informatikausbildung
 - Georgia State University (GSU)
 - California State University Dominguez Hills (CSUDH)

Wer sind diese Menschen?

„Die Neugestaltung von Prozessen in Bezug auf Menschen, insbesondere bei der Rekrutierung, zur Unterstützung unserer Ziele in Bezug auf Vielfalt und Inklusion ist oft schwieriger, als es klingt. Sie müssen bereit sein, sich von der Denkweise, „wie es schon immer war“ zu lösen und eine neue Richtung mit einer klaren Vision dessen, was sein kann, einzuschlagen, die eindeutige Unterstützung von Führungskräften zu gewinnen, eine funktionsübergreifende Ausrichtung im Voraus zu schaffen und ein unerbittliches Projektmanagement voranzutreiben. Wir haben unsere Bemühungen zur Erhöhung der Vielfalt unserer Talentpipeline neu gestartet, und wir hoffen, dass die Auswirkungen erheblich sein werden.“



Scott Withycombe
Chief People Officer

Was hat funktioniert (und was nicht)?

Was im Hinblick auf unseren Gesamtansatz funktioniert hat, war die Priorisierung des Systemwandels vor Ad-hoc-DEI-Initiativen. Was funktionierte, war, funktionsübergreifende Teams aus dem gesamten Unternehmen zusammenzubringen – von der Führung unterstützt – mit der Mission zur Neugestaltung von Systemen. Was nicht funktioniert hat, war, funktionsübergreifende Teams zusammenzuziehen, ohne die gemeinsame Verantwortung für die Erreichung klarer Ziele wie gemeinsame OKRs zu gewährleisten. Ein weiteres Beispiel dafür,

was nicht funktioniert hat, war eine Lehre, die wir rund um das Thema Rekrutierung gezogen haben: Als wir versuchten, DEI in unseren Rekrutierungsprozess zu integrieren, fehlte uns ein klarer operationeller Plan, und wir konnten funktionsübergreifende Führungskräfte nicht einbinden, um Entscheidungen und den Fortschritt voranzutreiben. Wir haben dieses Problem nun gelöst und begonnen, bedeutende Fortschritte zu machen.

Initiativen

Inklusiver Einstellungsplan

Snap hat sich dem Aufbau eines Unternehmens verpflichtet, das repräsentativ für die Regionen ist, in denen wir tätig sind. Wir müssen jedoch den Fortschritt beschleunigen, wenn wir unsere Ziele in Bezug auf die Vertretung bis 2025 erreichen wollen. Ein entscheidendes Element ist die Sicherstellung, dass wir in der Phase des Vorstellungsgesprächs vor Ort ausgewogene (d. h. diverse) Kandidatenlisten haben. Darüber hinaus müssen wir in jeder Phase des Rekrutierungsprozesses gezielte Maßnahmen treffen. Um dies zu erreichen, haben wir das Konzept eines inklusiven Einstellungsplans (Inclusive Hiring Plan; IHP) entwickelt – eine detaillierte Reihe von Initiativen zur Entwicklung und Pflege diverser Talentpipelines. Wir werden immer den qualifiziertesten Kandidaten einstellen, unabhängig von Geschlecht, Herkunft oder anderen demografischen Angaben. Das IHP konzentriert sich auf die systematische Erhöhung der Anzahl von potenziellen Mitarbeitern aus unterrepräsentierten Gruppen in unserer Rekrutierungspipeline. Darüber hinaus führen wir Pilotprojekte in drei Ländern ein – den USA, dem Vereinigten Königreich und in Kanada – mit dem Ziel, eine Vielzahl von Kandidaten für Führungspositionen zu berücksichtigen.

„Unser technisches Rekrutierungsteam wollte in Partnerschaft mit unserem Engineering-Team und unserer ERG SnapWomen eine Gemeinschaft für Ingenieurinnen aufbauen, die sich auf eine Stelle bei Snap bewerben. Wir haben dies erreicht, indem wir darüber nachdachten, wie wir Empathie, Freundlichkeit und Inklusion während des Rekrutierungsprozesses priorisieren können. Anhand des Feedbacks von Kandidaten:innen erfuhren wir, dass dieser Gruppenansatz dazu beigetragen hat, Vertrauen aufzubauen, Stress abzubauen und ihnen eine normalere Leistung zu ermöglichen. Schließlich möchten wir sehen, wie Kandidaten:innen unter normalen Umständen abschneiden und nicht, wie sie unter akut stressigen Umständen abschneiden. Die Kandidaten:innen profitieren auch vom Aufbau eines neuen Netzwerks. Wir profitieren davon, dass wir allgemein weniger Zeit für Vorstellungsgespräche aufbringen müssen und somit unsere Einstellungsrate verbessern – eine erstaunliche Win-Win-Situation!“



Michele Wilson

Program Lead, Technical Recruiting Team

Neuer Ansatz für die inklusive Einstellung

Während der Anteil von Frauen in unseren technischen Teams wächst, möchten wir mit neuen Einstellungsstrategien experimentieren, die uns helfen, weitere Fortschritte auf dem Weg zu unseren Zielen in Bezug auf die Repräsentation zu machen. Wir freuen uns besonders über ein „Vorstellungsgespräch-Event“, um mehr Ingenieurinnen in unserer Kandidatenpipeline zu binden, die – ohne die technischen

Anforderungen an Kandidaten zu reduzieren – unsere normale Konversionsrate (der Prozentsatz der Bewerber, die nach der letzten Phase des Vorstellungsgesprächs ein Stellenangebot erhalten haben) bei Vorstellungsgesprächen fast verdoppelt hat. Ziel ist es, den hohen Stress, der mit technischen Vorstellungsgesprächen verbunden ist, insbesondere für unterrepräsentierte Gruppen, zu reduzieren und Kandidaten in die Lage zu versetzen, ihre beste Leistung zu erzielen. Anstatt die traditionelle Struktur eines Vorstellungsgesprächs mit einem auf den Einzelnen ausgerichteten Ansatz zu verwenden, wurden Kandidaten als eine Gruppe zusammengeführt und durchliefen den Tag mit Vorstellungsgesprächen als Gruppe. Einige Kandidaten beschrieben es als „mit einem Freund programmieren“. Sie erhielten auch die Möglichkeit, ein Gespräch der Snap-Teammitglieder über unsere Werte und unsere Kultur mitzuverfolgen. Jeder Teilnehmer hatte die Möglichkeit, im Laufe der Veranstaltung ein vollständiges technisches 1:1-Vorstellungsgespräch zu führen.

Neben der Stressreduzierung für die Kandidaten und der Möglichkeit, sich zu vernetzen, konnten die Kandidaten dank dieses nicht-traditionellen Ansatzes eine größere Anzahl von Snap-Teammitgliedern treffen (die normalerweise keine Zeit hätten, eine so große Anzahl von einzelnen Kandidaten zu treffen). Dadurch hatten die derzeitigen Ingenieurinnen von Snap, die oft gebeten werden, sich etwas Zeit zu nehmen, um einzelne Kandidaten zu treffen, mehr Zeit für ihre eigentliche Tätigkeit. Selbst Kandidaten:innen, die kein Stellenangebot erhielten, wurden sofort mit einer Networking-Gruppe anderer aufstrebender Ingenieure verbunden. Und der Gruppenansatz machte den Einstellungsprozess deutlich effizienter: Die Zeit, die die Ingenieure mit Vorstellungsgesprächen und Nachbesprechungen verbrachten, konnte um 40 % reduziert werden.

Grundsätze der Grundsätze der Produktinklusion

Im Jahr 2022 veröffentlichte Snap „Inklusion durch Designprinzipien“, [was die Grundlage für unsere Überlegungen zur Produktinklusion bildete](#). Ziel ist es, allen Personen, die bei Snap an der Produktentwicklung beteiligt sind, drei Leitprinzipien zur Verfügung zu stellen: Inklusion erhöhen, mit Empathie aufbauen und intelligente Risiken eingehen.

„Meine Hoffnung ist, dass [„Inklusion durch Designprinzipien“](#) jedem helfen wird, unser Ziel zu verstehen. Und wenn wir das Ziel verfehlen, werden die Menschen ermutigt, Feedback zu geben, das Bewusstsein zu schärfen und Vorschläge zu machen. Denn wenn wir die Produktinklusion richtig machen, werden noch mehr Menschen Snapchat genießen – dies wirkt sich also direkt auf unsere Fähigkeit aus, zu wachsen und bei Menschen auf der ganzen Welt Anklang zu finden.“



Bobby Murphy

Snap Mitbegründer & Chief Technical Officer

Die Prinzipien waren das Ergebnis einer großen funktionsübergreifenden Anstrengung zwischen dem Produktteam, dem Engineering-Team und der IDEA (Inklusion, Vielfalt, Gleichheit, Bewusstsein) mit enger Einbeziehung der Kamera-Plattform, der Richtlinie, der Plattform-Integrität und der Rechtsabteilung.

Vor der Veröffentlichung der Prinzipien wurde bei Snap die Produktinklusion bereits seit einiger Zeit mit verschiedenen Ad-hoc-Initiativen umgesetzt.

¹Wir haben einen Gesamtüberblick über Diversität, was Herkunft, Geschlecht, LGBTQ+-Status, Behinderung, Alter, sozioökonomischen Status, Eltern- und Betreuerstatus und mehr umfasst. [Die aktuellen Ziele](#) konzentrieren sich insbesondere auf die globale geschlechtsspezifische Vertretung und auf unterrepräsentierte ethnische Gruppen in den USA, die Schwarze, Hispano-/Lateinamerikaner, Indigene, Personen aus dem Nahen Osten/Nordafrika/Arabien und weitere Personen unterschiedlicher Herkunft umfasst. Während Asiaten in der Gesamtbevölkerung von Snap in den USA nicht unterrepräsentiert sind, verfolgen wir ein Ziel für Diversität, das sich auf die Erhöhung ihrer Vertretung in Führungspositionen (Dir+) konzentriert.



Beispielsweise machte Snap **Bitmoji inklusiv**, indem Menschen mit Behinderungen ermutigt wurden, sich authentischer auszudrücken, einschließlich der Hinzufügung von Rollstühlen, Gehstöcken und Hörgeräten. Interessanterweise teilten Nutzer mit Behinderungen, die diese Funktionen verwendeten, diese Bilder 8-mal häufiger als andere Nutzer, was zeigt, dass eine erhöhte Produktinklusion zu besseren Geschäftsergebnissen führt.

Ein weiteres Beispiel ist **Inklusive Kamera**. Dies ist eine mehrjährige Verpflichtung, um Ressourcen darauf zu konzentrieren, die Snap Camera für alle zu verbessern, insbesondere für Personen mit dunklen Hauttönen, die in der Vergangenheit wenig berücksichtigt wurden. Im Jahr 2022 investierte Snap auch in ein neues inklusives Testprogramm, um die Inklusivität unserer neuen Kamerafunktionen zu überprüfen. Das Team hat in Zusammenarbeit mit einem Drittanbieter 1500 Personen identifiziert, um seine Produkte, beginnend mit Ring Flash, auf eine Vielzahl von DEI-Attributen wie Geschlecht und Hautton zu testen.

523 Accelerator: Diversifizierung von Programmen für Kreatoren von Inhalten

Neben der Diversifizierung unseres Teams bei Snap arbeiten wir auch daran, die Talente zu diversifizieren, die unsere Inhalte erstellen. Das 523 Content Accelerator Program ist eine Gruppe von Programmen von Snap, die kleinen Content-Unternehmen und Schöpfern aus unterrepräsentierten Gruppen helfen sollen, mit Snap zu wachsen und zu monetarisieren. Diese Programme bieten Stipendien, Bildungswerkzeuge und Networking-Möglichkeiten, um diverse Kreatoren zu fördern.

523 für Content-Unternehmen ist ein einjähriges Programm, das Partner aus unterrepräsentierten Gruppen mit Shows auf Explore unterstützt. Seit ihrem Start im März 2022 hat die erste Klasse auf Explore insgesamt 52 Millionen Zuschauer erreicht. Im September 2022 haben wir das Programm 523 für schwarze Kreatoren ins Leben gerufen. Hierbei handelt es sich um ein einjähriges Programm, das aufstrebende schwarze Kreatoren unterstützt, die

„Wir haben unser Denken weiterentwickelt, um den Wert der Produktinklusion in seinem eigenen Recht zu erkennen. Die Implementierung eines inklusiven Designs führt in der Regel zu besseren Geschäftsergebnissen. Aber wir investieren in inklusives Design, weil es im Grunde das Richtige ist.“



Jack Brody
VP, Produkt

möglicherweise keine Branchenkenntnisse, keine Unterstützung oder keine Verbindungen haben.

Das Programm erhielt mehr als 4.000 Bewerbungen, und die erfolgreichen Bewerber sicherten sich Partnerschaften mit Westbrook Media, Google Pixel und UNCMMN, eine Talent- und Unterhaltungsstrategiefirma, die diverse Schöpfer in den neuen Medien unterstützt.

Inklusion im Marketing

Das Marketingteam von Snap hilft dabei, die verschiedenen Produkte und Dienstleistungen von Snap weltweit zu fördern und zu kommunizieren. Snap Marketing hat im Rahmen seiner Prozesse zur Erstellung und Verteilung von Inhalten inklusivere Prozesse zur Förderung von DEI eingeführt. Im vergangenen Jahr hat Snap Marketing mindestens 15 % seines US-Budgets für digitale Medien an Verlage oder Medienschaffende von BIPOC bereitgestellt. Außerdem wurde der Zugang für diverse Kreative verbessert, indem sichergestellt wurde, dass mindestens ein unterrepräsentierter Director berücksichtigt wurde, wenn mehrere Anbieter ein Angebot für ein Projekt abgaben. Im Jahr 2023 möchte Snap Marketing diese Ziele fortsetzen oder übertreffen, während es andere erforscht, die mehr Vielfalt bei den Talenten fördern, die bei der Produktion von Inhalten eingesetzt werden.

„Als wir in Bitmoji Sticker zur Darstellung von Behinderungen einführten, waren wir überrascht, dass das Engagement durch eine inklusivere Gestaltung deutlich erhöht wurde. Bitmoji-Nutzer, die Rollstuhl-Sticker teilten, teilten Bitmoji-Sticker 8-mal mehr als andere Bitmoji-Chat-Nutzer. Und diejenigen, die Sticker mit Gehstöcken teilten, teilten sie 10-mal mehr. Wir nahmen an, dass es für die Nutzer von Bedeutung sein würde, haben aber nicht mit dem Engagement gerechnet, das wir erhielten. Menschen mit Behinderungen wurden in der Technologiebranche zu lange ignoriert, und das gilt insbesondere für die Produktentwicklung. Ich weiß aus persönlicher Erfahrung, dass es schmerzhaft ist, wenn man sich ignoriert fühlt, es aber auch eine enorme Freude ist, wenn man sich gesehen fühlt.“



Rai Hsu

Product Manager, Bitstrips Corporate - Bitmoji

Erweiterung nicht-traditioneller Wege in Snap

Snap hat eine breite Reihe von Initiativen geschaffen, um Menschen mit nicht-traditionellem Hintergrund die Möglichkeit zu geben, bei Snap zu arbeiten. Der Ausdruck „nicht-traditioneller Hintergrund“ bezieht sich in der Regel auf eine Person ohne ein vierjähriges Studium an einer Elite-Universität oder ohne vorherige Erfahrung bei anderen bekannten Tech-Unternehmen.

Snap Up (Ausbildung)

Um mehr Wege in die Technologie für unterrepräsentierte Gruppen zu schaffen, haben wir im Jahr 2019 Snap Up ins Leben gerufen, das mit Studenten in Verbindung steht, die in der Regel nicht die Möglichkeit erhalten, für einen Arbeitgeber wie Snap zu arbeiten, einschließlich derjenigen, die Historically Black Colleges and Universities (HBCUs) und Hispanic Serving Institutions (HSIs) besuchen. Ein Schwerpunkt liegt auf der Erhöhung der regionalen Diversität, wie beispielsweise der Einbeziehung von Schulen im Süden, wo Tech-Möglichkeiten möglicherweise weniger verbreitet sind. Im Jahr 2022 haben Snap und die University of Arizona Snap Cats ins Leben gerufen, das Transferstudenten von Community Colleges im Süden von Arizona Praktika und andere Möglichkeiten bietet.

Snap Academies (Ausbildung)

Snap Academies sind ehrgeizige Programme, die dazu beitragen sollen, sinnvolle Karriere-möglichkeiten für schwarze, indigene und hispanische/lateinamerikanische Gemeinschaften und andere Gruppen zu schaffen, die in der Vergangenheit von der Chancengleichheit im Technologiesektor abgeschnitten wurden, wie Frauen, Studenten von Community Colleges und Jugendliche, die möglicherweise von

„Ich hätte nie gedacht, dass ich für eine Plattform arbeiten würde, aber ich sehe aus erster Hand, wie Snapchat Schöpfer befähigt, sie selbst zu sein, und Authentizität und kreative Freiheit fördert. Das gilt für alle Schöpfer auf Snapchat, aber es ist besonders für unterrepräsentierte Gruppen wertvoll, ihre eigene Story auf ihre eigene Weise zu erzählen.“



Brooke Berry
Head of Talent Development

Obdachlosigkeit, vom Aufwachsen in einer Pflegefamilie oder vom Jugendgerichtssystem betroffen waren. Unsere vier Akademien verfügen über benutzerdefinierte Snap-Lehrpläne für Design-, Engineering-, Storytelling-Kurse und für Kurse mit Schwerpunkt auf AR-Linsen.

Wir haben auch eine neue Initiative namens Lens Learning ins Leben gerufen, die Lernenden aus unterrepräsentierten Gruppen in Bezug auf Augmented Reality lehrt. Snap veranstaltet mehrmals im Jahr Herausforderungen, um grundlegende Lerninhalte in Lens Studio und projektbasierte Lerninhalte zu bieten. Eine Herausforderung betraf beispielsweise Studenten, die die Möglichkeit erhielten, Lens Studio zu lernen, mit Snap-Teammitgliedern zu interagieren und dann um einen Geldpreis und/oder ein Interview für eines von 15 Stipendien der Snap Lens Academy zu konkurrieren.

„Ich leite die Rekrutierung für unser Snap-Up-Programm, und es ist unglaublich, die Möglichkeit zu haben, Menschen mit weniger glücklichem Hintergrund zu helfen. Ich habe einen solchen Hintergrund, wo deine Eltern dir nicht helfen können, weil sie nie die Möglichkeit hatten, ein College zu besuchen oder in einem Unternehmensumfeld zu arbeiten. Als Student der ersten Generation ist man mit viel Unsicherheit konfrontiert: sowohl psychologisch als auch buchstäblich. Mit meinem Beschäftigungsverhältnis bei Snap hatte ich zum ersten Mal eine Krankenversicherung. Ich weiß, welchen Unterschied diese Möglichkeiten machen. Deshalb ermutige ich Bewerber in unserem Programm „Snap Up“, weil ich weiß, dass es lebensverändernd sein kann.“



Laila Forghani

Senior University Recruiter

Unterstützung diverser juristischer Talente

Zur höheren Diversifizierung des Rechtsberufs haben die Mitglieder des Legal & Public Policy Teams von Snap ehrenamtlich mit mehreren Organisationen zusammengearbeitet, die sich auf den Aufbau von Zugängen zu einer Ausbildung und zu einer Karriere bei renommierten Anwaltskanzleien für Studenten aus unterrepräsentierten Gruppen konzentrieren. In Partnerschaft mit der Legal Education Access Pipeline (LEAP) fungieren mehrere unserer internen Anwälte als Mentoren für unterrepräsentierte Studenten, die sich für ein Jurastudium bewerben. Das Legal & Public Policy Team von Snap hat auch seine Teilnahme am Sommer-Associate-Programm der Law in Tech Diversity Collaborative (LiTD)

fortgesetzt und hat in Partnerschaft mit einer großen Anwaltskanzlei einen Jurastudenten aus einer unterrepräsentierten Gruppe aufgenommen.

Modul für inklusives Onboarding im Engineering

Zusätzlich zum Aufbau neuer Wege in die Technologie konzentriert sich Snap auf die Inklusion diverser Talente. Im Rahmen des Onboarding-Prozesses durchlaufen alle neuen Mitarbeiter im Engineering beispielsweise unser Modul für inklusives Onboarding im Engineering, das Unterstützung bietet und die Sichtbarkeit neuer Mitarbeiter für aktuelle Engineering-Initiativen erhöht. Es bietet Ingenieuren auch Ressourcen wie unsere Prinzipien für inklusives Design und unsere Prinzipien und Richtlinien für Fairness im Bereich des maschinellen Lernens. Dies hilft neuen Ingenieuren dabei, Inklusion in einem sehr frühen Stadium ihrer Reise bei Snap zu integrieren – und DEI zu etwas zu machen, das von Anfang an in ihre Arbeit eingebunden ist.

Der Ausbau der Ausbildungsmöglichkeiten

Der ACT-Bericht [hat](#) die Forschung hervorgehoben, die zeigt, was wir wissen: Das Bildungssystem wirkt sich mehr auf die Lebenschancen als jedes andere System aus. Die Technologiebranche sollte daher früher eingreifen, um allen Kindern eine qualitativ hochwertige Ausbildung in der Informatik (CS) zu ermöglichen, nicht nur denjenigen in wohlhabenden Gebieten oder in gut finanzierten Schulbezirken. Aufgrund eines chronischen Mangels an Lehrkräften in der Informatik – insbesondere aus unterrepräsentierten Gemeinschaften – ist die Erweiterung der Ausbildungsmöglichkeiten in der Informatik derzeit jedoch eher unrealistisch. Mit einem Ansatz für systemorientiertes Denken ist einer der Punkte mit der größten Hebelwirkung, der den Zugang zur

Ausbildung in der Informatikbranche verbessern würde, die Entwicklung von mehr Lehrkräften in der Informatikbranche.

Snap hat sich vorgenommen, dies durch die [Investition in die Ausbildung von tausend Lehrkräften in der Informatikkompetenz zu erreichen](#), indem es Konzepte in alle Lehrbereiche integriert hat. Dies wurde durch die Bereitstellung einer Dotation in Höhe von 10 Millionen USD von Snap möglich: 5 Millionen USD für die Georgia State University und 5 Millionen USD für die California State University Dominguez Hills. Dieses Programm wird durch die Beziehung von Snap zu [CSforAll](#) möglich.

Georgia State University (GSU)

Im Jahr 2022 unterrichtete die GSU – an der jedes Jahr etwa 400 Lehrkräfte ihren Abschluss machen – etwa die Hälfte von ihnen in der Informatik. Die GSU ist ihrem Ziel jetzt näher, allen 400 Lehrkräften jedes Jahr Informatikunterricht zu geben. Von den im Jahr 2022 aufgenommenen Lehrkräften waren die Hälfte der Lehrer Schwarze oder Afroamerikaner, ein Drittel waren Weiße und 10 % waren Hispano- oder Lateinamerikaner.

California State University Dominguez Hills (CSUDH)

Die Investitionen von Snap wirken sich auf etwa 600 Studenten vor dem Vordiplom und 400 Studenten im Aufbaustudium des CSUDH College of Education aus, von denen 50 % Studenten der ersten Generation und 87 % Studenten mit Hautfarbe sind.

Beide Investitionen in Höhe von 5 Millionen USD schufen Stiftungen in jeder Institution, um die Grundlage für eine langfristige Arbeit zu legen. Dies bedeutet, dass die beiden Programme auf Dauer finanziert werden und über eine zuverlässige Mittelherkunft verfügen, um diese wichtige Arbeit fortzusetzen.



Verantwortlich- keit fördern



Verantwortlichkeit fördern

Welche Story steckt dahinter?

Verantwortlichkeit ist eine Voraussetzung für die Förderung besserer DEI-Ergebnisse. Wie jede andere Geschäftspriorität benötigt auch DEI klar definierte Ziele, Governance-Systeme, Fristen und Daten, um den Erfolg anhand der DEI-Ergebnisse zu verfolgen und zu messen. Mit anderen Worten: DEI muss in unsere Geschäftstätigkeit integriert werden. In diesem Abschnitt sehen wir uns die Bemühungen von Snap an, unsere Teammitglieder, insbesondere Führungskräfte, dafür verantwortlich zu machen, sicherzustellen, dass DEI nicht nur ein Add-on ist. Indem es Teil der Geschäftsstrategie eines Unternehmens wird, wird es stattdessen der gleichen Prüfung unterzogen wie andere Kerngeschäftsfunktionen. Aber die Durchsetzung von Analysedaten allein kann zu einer Übung werden, in der Kästchen abgehakt werden, die nicht unbedingt zu einer dauerhaften Veränderung führt. Es ist wichtig zu verstehen, dass Verantwortlichkeit bei sich selbst beginnen muss. Man kann DEI nicht delegieren. Es erfordert im Grunde eine persönliche Führung, weil DEI die Aufgabe jedes Einzelnen ist.

Welche Beispiele gibt es?

- 3.1 Vierteljährliche Geschäftsberichte über DEI
- 3.2 Koalition für technische Verantwortlichkeit
- 3.3 Lieferantenvielfalt und strategische Beschaffung
- 3.4 Globale Identitätsstudie der Snapchatter
- 3.5 Snap-Inhaltsprüfung
- 3.6 Erhöhung der Inklusion im Engineering
- 3.7 Geschlechtsspezifisches Lohngefälle

„Ich war noch nie Teil eines Führungsteams, in dem der CEO und das Führungsteam so viel Zeit und Energie in DEI investierten. Bedeutet das, dass wir dort sind, wo wir sein müssen? Nein, wir haben noch einen langen Weg vor uns. Werden wir dorthin gelangen? DEI ist ein langer Weg; wir machen Fortschritte, und mit fortgesetztem Engagement glaube ich, dass wir dorthin gelangen können.“



Kenny Mitchell
Chief Marketing Officer

Was hat funktioniert (und was nicht)?

Im Jahr 2022 wurde die Verbesserung der Verantwortlichkeit und der Governance-Strukturen zur Förderung der DEI-Ziele verbessert. Was funktionierte, war, Senior Leadership zur Entwicklung abteilungsorientierter DEI-Ziele mit Beratung durch das IDEA-Team einzuladen und Erkenntnisse mit Daten auf Organisationsebene zu liefern. Was nicht funktionierte, war, einen Abteilungswechsel zu erwarten, ohne sicherzustellen, dass jede Geschäftsorganisation über ein durch den Senior Manager geleitetes Projekt verfügt, das die DEI-Arbeit steuerte. Ein weiterer Ansatz, der nicht funktioniert, ist, wenn verschiedene Abteilungen unzusammenhängende DEI-Bemühungen verfolgen, die nicht zu unternehmensweiten DEI-Zielen entwickelt werden können. Stattdessen wollen wir uns mehr auf Prioritäten konzentrieren, damit wir eine größere Chance haben, das Ziel zu erreichen.

Ein Beispiel dafür, was funktioniert hat, war die Einführung eines klaren, messbaren Plans, der durch vierteljährliche Geschäftsberichte für die Führung erleichtert wurde. Dies hat im Laufe der Zeit zu einer bedeutenden Veränderung geführt. Bei Snap gab es einen Wandel von einer Abteilung mit definierten DEI-OKRs hin zu jeder Abteilung, die diese haben würde.

Initiativen

Vierteljährliche Geschäftsberichte über DEI

Snap führte vierteljährliche Geschäftsberichte mit der C-Suite von Snap ein, um die Bemühungen und den Fortschritt in Richtung unserer DEI-OKRs im Laufe der Jahre 2021 und 2022 zu verfolgen. Die Verantwortung für die Erfüllung der DEI-Ziele wurde kontinuierlich auf unser Führungsteam übertragen. Alle Mitglieder unserer C-Suite wurden gebeten, Führungskräfte (Sr. Mgr+) aus ihren jeweiligen Teams zu ernennen, um als DEI-Geschäftsleiter zu fungieren.

Im Jahr 2022 haben wir die praktische Unterstützung für DEI-Geschäftsleiter durch die Bereitstellung eines Programms erhöht, das sich auf DEI-Expertise und -Führung konzentriert. Dies bringt DEI-Geschäftsführer aus dem gesamten Unternehmen zusammen, um gemeinsame Hürden und Lösungen zu besprechen. Darüber hinaus haben wir im Jahr 2022 das Diversity Data Dashboard (DDD) weiter iteriert, um die Fortschritte auf Organisationsebene im Vergleich zu unseren Repräsentationszielen im Jahresvergleich leichter zu verfolgen.

Tech Accountability Coalition

Snap finanziert die Gründung einer branchenübergreifenden Einrichtung, der Tech Accountability Coalition (die Koalition), um DEI-Ergebnisse in der Technologie zu messen, zu

Wer sind diese Menschen?

„Seit unser Engineering-Leiter monatliche Meetings abhält, um den Status von DEI OKR (Objective & Key Result) zu überwachen, hat unsere DEI-Arbeit wirklich Fahrt aufgenommen. Jeder muss wichtige und dringende Arbeit erledigen. Daher werden DEI-Initiativen selbst mit den besten Absichten nicht die Aufmerksamkeit erhalten, die sie letztlich verdienen, wenn eine Führungskraft keinen Prozess einführt, um konsequent Unterstützung anzubieten, Fragen zu beantworten und vor allem die Menschen zur Verantwortung zu ziehen.“



Antoine „Bo“ Bohanan
Head of Inclusive Engineering

verfolgen und zu beschleunigen. Dies ist ein direktes Ergebnis der Bemühungen des Action to Catalyze Tech Reports (**ACT-Bericht**), den Snap im Jahr 2020 ins Leben gerufen und 2021 veröffentlicht hat. Der ACT Report ist eine gemeinsame Bemühung zur Neugestaltung und Transformation der DEI-Ergebnisse in der Technologie und bietet einen rigorosen Handlungsrahmen für Branchenführer. Die Koalition, die vom Aspen Institute ins Leben gerufen wurde, setzt die Vision und Arbeit von ACT fort, indem sie mit Tech-Unternehmen

zusammenarbeitet, um die DEI-Datenerhebung zu standardisieren, die Implementierung von Best Practices zu verstärken und zu unterstützen und der Branche dabei zu helfen, sich selbst für den Fortschritt zur Verantwortung zu ziehen. Der Auftrag der Koalition besteht darin, DEI auf Branchenebene zu verfolgen, zu messen und zu beschleunigen.

Lieferantenvielfalt und strategische Beschaffung

Im jährlichen Diversitätsbericht des letzten Jahres haben wir uns dazu verpflichtet, unsere Ausgaben bei diversen Lieferanten bis zum Jahr 2025 von 15 Millionen auf 30 Millionen Dollar zu verdoppeln. Wir haben dieses Ziel bereits erreicht und allein im Jahr 2022 mehr als 30 Millionen Dollar mit diversen Lieferanten ausgegeben. Im Jahr 2022 haben wir uns auf die Öffentlichkeitsarbeit konzentriert, um sicherzustellen, dass die Datenbanken von Snap auf dem neuesten Stand sind, und um Informationen über unser Programm mit unseren Lieferanten zu teilen.

Wir haben im Sommer 2022 ein Projekt zur Öffentlichkeitsarbeit für Lieferanten durchgeführt, eine Initiative, um alle diversen Lieferanten von Snap zu erreichen und sie aufzufordern, ihre Diversitätsklassifikationen selbst zu melden und ihre Zertifizierungen direkt in unser Lieferantenportal (Oracle) hochzuladen. Mit Blick auf die Zukunft arbeitet das Strategic Sourcing-Team mit dem Workplace Experience-Team zusammen, um mit der Erfassung diverser Tier-2-Lieferanten zu beginnen, bei denen es sich um Subunternehmer/Lieferanten handelt, die unter den direkten Lieferanten von Snap arbeiten. Das Team integriert auch die Bemühungen um die Öffentlichkeitsarbeit der Lieferanten in seine Lieferantenbeschaffung (Request for Proposals) und Vertragserneuerungen, um diese Informationen zu erfassen und die Selbstberichterstattung in Oracle

weiter zu fördern. Schließlich wird das Team an der Bereicherung unserer Diversitätsberichterstattung arbeiten, um zertifizierte im Vergleich zu nicht-zertifizierten Lieferanten widerzuspiegeln.

Globale Identitätsstudie der Snapchatter

Im Jahr 2022 hat Snap eine globale Identitätsstudie unter Snapchattern in 13 Ländern in Auftrag gegeben. Die Studie, die vom Forschungsunternehmen Kresnicka Research & Insights durchgeführt wurde, hat basierend auf demografischen Angaben und Marktstimmung in jedem Markt Identitätsprofile erstellt und ermittelt, welche Identitätsdimensionen Snapchatter am auffälligsten fanden und häufiger bei Snapchat vertreten sehen wollten. Die Studie zeigte, dass in den meisten Märkten Snapchatter diverser sind als die Allgemeinbevölkerung. Zum Beispiel identifizieren sich etwa 20 % oder mehr der täglichen Snapchatter als Mitglieder der LGBTQ+ Community. Die Studie zeigte, dass Snapchatter auf der ganzen Welt am meisten bezüglich Themen wie psychische Gesundheit, Mobbing und Gleichheit besorgt sind. Wenn es um ihr Selbstgefühl geht, erleben viele Snapchatter eine Diskrepanz zwischen der Art, wie sie sich selbst sehen, und der Art, wie die Gesellschaft sie sieht – einschließlich ihrer Werte, Fähigkeiten und ihres Charakters. Die Erkenntnisse aus dieser Studie haben Snap bereits dazu veranlasst, Ziele für die Inhaltsdarstellung für unsere OKRs 2023 zu setzen. Wir planen zudem, mithilfe dieser Erkenntnisse unsere Werbe-, Marketing- und Medienpartner näher mit Snapchattern zu verbinden und sie einzuladen, uns dabei zu helfen, unserer diversen Community einen besseren Service zu bieten.

Snaps erstes Inhaltsaudit

Snap hat sich mit dem Media Neuroscience Lab (MNL), University of California, Santa Barbara, und der Annenberg Inclusion Initiative (AII), University

of Southern California, zusammengetan, um ein mehrjähriges Darstellungsaudit englischen Inhalts – das erste seiner Art – auf Snapchat zu bieten. Im Rahmen dieses Projekts wurden Partnerinhalte (Inhalte von traditionellen und digitalen Medienpartnern) und Snap Originals (Shows, die exklusiv für Snapchat gemacht wurden) bewertet. Das Team nutzte eine Kombination aus computergestützten Methoden und menschlichen Beurteilern, um zu verstehen, wie gut Geschlecht, Herkunft/ethnische Zugehörigkeit, LGBTQ+ und Behinderung in Snapchat-Inhalten vertreten waren. **Das Audit ermittelte, wo unser Partner-Content-Ökosystem unsere Nutzer mehr oder weniger effektiv widerspiegelte, und hat dabei sowohl positive Aspekte hervorgehoben als auch Lücken aufgetan, die wir beheben müssen.** Die Vertretung von Schwarzen und Afroamerikanern beispielsweise ist auf Augenhöhe mit dem nationalen Durchschnitt, aber die Vertretung der LGBTQ+ Community hat Spielraum für Wachstum. Es zeigte sich auch, wie effektiv Snap Originals es uns ermöglichte, diverse Talente und inklusive Storys zu präsentieren, indem wir unsere Community-Mitglieder in allen Facetten ihrer Identität vertraten.

Eine der schwierigen Entscheidungen, die wir als Unternehmen im Jahr 2022 getroffen haben, war die Einstellung unserer Snap Originals. Aber wir verlagern diesen Fokus auf unser Netzwerk vertrauenswürdiger Partner und Kreativer und arbeiten mit ihnen zusammen, um die Lektionen anzuwenden, die wir bei der Produktion von Originals gelernt haben. Wir erstellen mithilfe dieser Erkenntnisse einen Aktionsplan, der uns dabei helfen wird, die Lücke zwischen den Personen, die Snapchatter sind, und den Identitäten und Inhalten, die sie auf Snapchat sehen, zu schließen.

Erhöhung der Inklusion im Engineering

Im Jahr 2022 führte unsere Führungskraft im Engineering, Jerry Hunter (jetzt COO von Snap), DEI-OKR-Führungsberichte ein. Im Laufe des Jahres 2022 hat das Engineering-Team von Snap 75 % seiner DEI-Ziele im Bereich Engineering erreicht. Diese Ziele konzentrierten sich auf drei Schlüsselbereiche: Produktinklusion; Gewinnung und Bindung diverser Talente und Zugehörigkeit und Karrierewachstum unseres internen Teams. Viele der Programme, die wir heute haben, sind auf ein rigoroses OKR-Engagement bei der Planung, beim Zuhören und beim Iterieren zurückzuführen. Der Erfolg wurde durch eine größere Verantwortlichkeit vorangetrieben.

Dazu [schrieb](#) eine Führungskraft bei Inc.com: *„Das Wesen der Verantwortlichkeit besteht nicht darin, Fehler zu bestrafen. Es geht darum, jedem die Möglichkeit zu geben, Ziele zu setzen und mit der Unterstützung deines gesamten Teams auf transparente Weise zum Erfolg zu gelangen. Verantwortlich gemacht zu werden, ist ein Geschenk. Effektive Führungskräfte integrieren positive Verantwortlichkeit als Teil ihrer täglichen Praxis. Wenn es richtig gemacht wird, fördert es eine Kultur, in der Einzelpersonen einander helfen, bessere Leistungen zu erbringen, während sie gleichzeitig Vertrauen und Loyalität aufbauen.“*³

Geschlechtsspezifisches Lohngefälle

Das Government Equalities Office (Behörde für Gleichstellung) im Vereinigten Königreich verlangt von allen Arbeitgebern mit mehr als 250 Snap-Teammitgliedern im Vereinigten Königreich, ihr geschlechtsspezifisches Lohngefälle zu berechnen und darüber zu berichten. Das geschlechtsspezifische Lohngefälle unterscheidet sich vom Konzept des gleichen Lohns für gleiche Arbeit; es berechnet stattdessen den aggregierten Unterschied zwischen dem, was Männer und Frauen auf der Grundlage ihres durchschnittlichen Stundenlohns verdienen.

³ [3 Schritte, um positive Verantwortlichkeit in deinem Unternehmen zu fördern](#) Inc.com, Oktober 2018

In diesem Jahr haben wir Verbesserungen in Bezug auf unser geschlechtsspezifisches Lohngefälle im Vereinigten Königreich gesehen, wobei sich die Lücken im Vergleich zum letzten Jahr schließen. Dies spiegelt zum Teil die positiven Bewegungen wider, die wir bei der Erhöhung der Anzahl von Frauen in Führungspositionen sowohl durch Einstellung als auch durch interne Beförderungen gesehen haben. Wir sind jedoch immer noch nicht da, wo wir sein wollen, und konzentrieren uns auf vier Schlüsselbereiche, um diese Lücke weiter zu schließen: inklusive Einstellung, interne Talentförderung, Aufbau einer inklusiven Kultur und Verbesserung inklusiver Leistungen am Arbeitsplatz. Unser [Bericht über geschlechtsspezifisches Lohngefälle im Vereinigten Königreich 2022](#) enthält detailliertere Informationen zu unseren Lohnunterschieden sowie zu unseren Aktivitäten in diesen vier prioritären Bereichen.

Schlussfolgerung

In schwierigen Zeiten ist es wichtiger denn je, DEI in unserer gesamten Arbeit zu berücksichtigen, nicht nur durch Ad-hoc-DEI-Programme. Doch die Einbindung von DEI erfordert Zeit und Mühe und vor allem eine andere Denkweise. Wir wissen, dass es ein langer Weg ist, und natürlich sind wir ungeduldig, größere Erfolge zu erzielen.

Wie wir bereits in unserem letzten jährlichen Diversitätsbericht sagten: „Rom wurde nicht an einem Tag gebaut, aber wir können auch nicht Jahre warten, um Ergebnisse zu liefern.“ In Bereichen, in denen unsere Fortschritte nur langsam waren – beispielsweise bei der Erhöhung des Anteils von Personen, die unterrepräsentierten Gruppen in Bezug auf Herkunft und ethnischer Zugehörigkeit angehören – müssen wir neue Strategien entwickeln und uns verstärkt der Herausforderung stellen. Und in Bereichen, in denen wir stetig Fortschritte machen – beispielsweise bei der Einstellung eines höheren Frauenanteils in unserer technischen Organisation und in technischen Führungspositionen – müssen wir dies beschleunigen, experimentieren und die Grenzen erweitern. Das Jahr 2022 hat uns dazu veranlasst, unser Geschäft in einer anderen Welt neu zu gestalten. Dies war zwar eine Herausforderung, aber wir haben uns verstärkt auf die wichtigste Lehre aus dem Jahr 2022 konzentriert: Sicherzustellen, dass DEI keine unabhängige Bemühung ist. DEI ist vielmehr eine kollektive Bemühung, die uns alle dazu aufruft, die Welt anders zu sehen.

Abschnitt II

Daten von Snap

Self-ID-Umfrage: Ein inklusiverer Datensatz

Im Jahr 2022 haben wir die DEI-Self-ID-Umfrage von Snap bei 93 % unserer Mitarbeiter in Australien, Kanada, Frankreich, Deutschland, den Niederlanden, den Vereinigten Arabischen Emiraten, dem Vereinigten Königreich und den USA durchgeführt. Der Zweck der Umfrage ist es, Teammitgliedern zu ermöglichen, sich mit einem inklusiveren Datensatz außerhalb von ethnischer Zugehörigkeit und Geschlecht zu identifizieren. Die DEI-Self-ID-Umfrage ist freiwillig, und 82 % aller befragten Teammitglieder haben geantwortet. Diese Ergebnisse sind repräsentativ für diejenigen, die an der Umfrage teilgenommen haben.

	Snap Allgemein	Australien	Kanada	Europa*	VAE	Großbritannien	USA
Sind Mitglieder der LGBTQ+ Community	8,0 %	2,3 %	15,7 %	4,4 %		7,6 %	8,2 %
Sind Transgender	0,3 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %		0,4 %	0,3 %
Dienen aktuell oder haben vorher in einer militärischen Organisation gedient	1,9 %	0,0 %	0,0 %			3,0 %	1,9 %
Sind Hochschulabsolventen in erster Generation	27,1 %	41,0 %	30,3 %	35,8 %	32,8 %	35,9 %	24,9 %
Sind neurologisch divers oder leben mit einer psychischen Erkrankung und/oder Behinderung*	4,4 %	2,2 %	10,1 %	8,1 %	5,1 %	4,8 %	4,0 %
Leben mit einer körperlichen Behinderung	2,4 %	2,2 %	3,4 %	3,5 %	0,0 %	3,2 %	2,2 %
Sind Eltern	27,3 %	42,2 %	27,0 %	33,0 %	42,4 %	28,3 %	26,2 %
Betreuen regelmäßig eine Person, bei der es sich nicht um ein Kind handelt	6,8 %	4,4 %	6,7 %	17,0 %	33,9 %	3,8 %	6,2 %
Sprechen als erste Sprache eine andere Sprache als Englisch	41,4 %	28,9 %	28,1 %	90,3 %	74,6 %	40,9 %	38,1 %

*Teammitglieder, die sich als Menschen mit einer körperlichen Behinderung und einer neurologisch diversen/geistigen Erkrankung und/oder geistigen Behinderung identifizieren, werden in beiden Kategorien berücksichtigt.

* „Europa“ ist eine Kombination von Self-ID-Antworten unserer Teammitglieder in Frankreich, Deutschland und den Niederlanden. Die Antworten unserer Teammitglieder im Vereinigten Königreich werden nicht in der Kategorie „Europa“ berücksichtigt, sondern werden, wie in unserem DAR-Bericht 2022, separat aufgeführt.

Topline-Daten

Der Anteil von Frauen in der Technologiebranche ist seit 2020 jedes Jahr gestiegen

- Ist jetzt 21,2 % (2021: +3,1 Prozentpunkte auf 19,6 %, 2022: +1,6 Prozentpunkte auf 21,2 %).
- Die Fortschritte umfassten sowohl die Direktor+-Ebene als auch die Personalmanager-Ebene, wo wir den größten jährlichen Anstieg bei weiblichen Personalmanagern in der Technologiebranche verzeichneten (2021: +2,0 Prozentpunkte auf 13,3 %, 2022: +2,9 Prozentpunkte auf 16,2 %).
- Wir haben auch einen Rückgang des Fluktuationsindex bei Frauen gesehen. Der Fluktuationsindex von Männern (0,99) und Frauen (1,01) unterscheidet sich kaum noch (wobei 1 der durchschnittlichen Fluktuationsrate bei Snap entspricht).
- Der Fluktuationsindex bei Frauen in der Technologiebranche (0,83) ist niedriger als bei Männern in der Technologiebranche (0,93) und niedriger als bei Frauen in der Nicht-Technologiebranche (1,11) (wobei 1 der durchschnittlichen Fluktuationsrate bei Snap entspricht).

Wir haben beim Anteil von Personen unterrepräsentierter Gruppen in Bezug auf Herkunft und ethnischer Zugehörigkeit in unserer Belegschaft in den USA an Boden verloren (-1,2 Prozentpunkte)

- Der Anteil an Personen unterrepräsentierter Gruppen in Bezug auf Herkunft ist innerhalb unserer Führungsebene gestiegen (+1,5 Prozentpunkte auf 13,8 %).
- Der Anteil der schwarzen Mitarbeiter ist in den USA sowohl bei Frauen (-0,4 Prozentpunkte) als auch bei Männern (-0,5 Prozentpunkte) gesunken. Dies gilt auch für schwarze Frauen auf Personalmanagerebene (-0,5 Prozentpunkte).
- Wir haben eine erhöhte Fluktuationsrate bei schwarzen Teammitgliedern erlebt. Diese Veränderungen beim Anteil konzentrieren sich hauptsächlich auf nicht-technische Positionen, wo der Anteil schwarzer Frauen um 0,7 Prozentpunkte auf 4,1 % und der Anteil schwarzer Männer um 0,9 Prozentpunkte auf 3,3 % gesunken ist.
- Der Anteil der hispanoamerikanischen/lateinamerikanischen Mitarbeiter hat sich kaum verändert (+0,1 Prozentpunkte auf 7,3 %), was sowohl bei hispanoamerikanischen/lateinamerikanischen Frauen (+0,2 Prozentpunkte auf 3,0 %) als auch bei hispanoamerikanischen/lateinamerikanischen Männern (-0,1 Prozentpunkte auf 4,3 %) zu beobachten ist.
- Im Tech-Bereich ist der Anteil der Personalmanager unterrepräsentierter Gruppen gestiegen (+1,3 Prozentpunkte auf 11,3 %), insbesondere bei Personalmanagern schwarzer, hispanoamerikanischer/lateinamerikanischer Gruppen und bei Personalmanagern aus dem Nahen Osten/aus Nordafrika/Arabien.

Der Anteil bei der Einstellung von Frauen und unterrepräsentierten Gruppen in Bezug auf Herkunft und ethnische Zugehörigkeit ist gesunken

- Im Jahr 2022 machten Frauen 37,6 % der weltweiten Einstellungen aus (-1,3 Prozentpunkte), und unterrepräsentierte Gruppen in Bezug auf Herkunft machten 22,2 % der Einstellungen in den USA aus (-2,3 Prozentpunkte).
- Der Rückgang der Einstellung von Frauen wurde im Allgemeinen bei allen Gruppen in Bezug auf Herkunft und ethnische Zugehörigkeit gesehen, mit Ausnahme von asiatischen Frauen, die 16,5 % der Einstellungen in den USA ausmachten (+0,7 Prozentpunkte).
- Im Technologiebereich machten Frauen 22,6 % der Einstellungen im Technologiebereich weltweit aus (-1,3 Prozentpunkte). Die Einstellung von Frauen auf Director+-Ebene ist im Jahr 2022 um 7,6 Prozentpunkte gesunken.

Die DEI-Ziele von Snap bis 2025

- Erhöhung der unterrepräsentierten Gruppen in Bezug auf Herkunft und ethnische Zugehörigkeit in den USA auf 20 %
- Erhöhung der Frauen in Tech-Positionen auf 25 %
- Erhöhung der Frauen in Bezug auf Herkunft und ethnische Zugehörigkeit in den USA in Führungspositionen um 30 %

Anteil der Frauen im Technologiebereich

Derzeitiger Anteil: **21,2 %**

Erforderliches Wachstum, um das Ziel für 2025 zu erreichen: **3,8 Prozentpunkte**



Anteil der Personen unterrepräsentierter Personen der Belegschaft in den USA

Derzeitiger Anteil: **16,2 %**

Erforderliches Wachstum, um das Ziel für 2025 zu erreichen: **3,8 Prozentpunkte**



Da wir eine Kombination aus zwei Datenquellen verwenden, stimmen die Daten, über die wir im DAR berichten, nicht direkt mit unserem regulatorischen Datensatz überein. Zum Beispiel erlaubt die DEI Self-ID-Umfrage von Snap den Teammitgliedern, sich als nicht-binär, aus dem Nahen Osten oder indigen zu identifizieren, während dies in den Daten der Regierungsbehörden nicht der Fall ist. Wir nutzen diese Methodik, um ein ganzheitlicheres Verständnis der bei Snap vertretenen Identitäten zu gewinnen. Diese Daten bilden die Grundlage für unsere Strategie zur Förderung der Inklusion und der Chancengleichheit am Arbeitsplatz. Bei der Festlegung und Verfolgung von Vertretungszielen verwendet Snap jedoch den Datensatz der Regierungsbehörden. Dieser Datensatz stimmt mit den Berichten der US-Regierungsbehörden über den aktuellen Arbeitsmarkt überein. So können wir leichter erkennen, wo wir im Vergleich zur Gesamtpopulation auf dem Arbeitsmarkt stehen.

Frauen in Führungspositionen

Derzeitiger Anteil: **29,1 %**

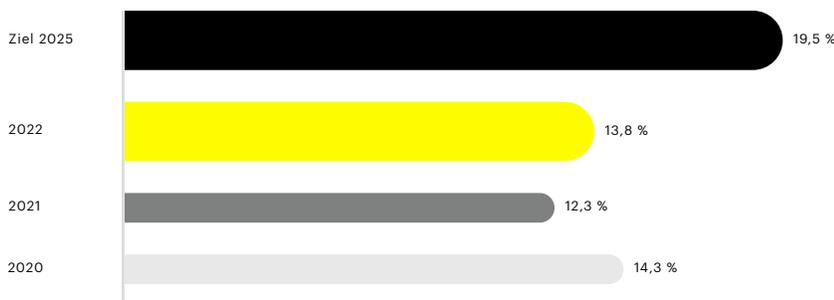
Erforderliches Wachstum, um das Ziel für 2025 zu erreichen: **5,4 Prozentpunkte**



Anteil der Personen unterrepräsentierter Gruppen in Führungspositionen in den USA

Derzeitiger Anteil: **13,8 %**

Erforderliches Wachstum, um das Ziel für 2025 zu erreichen: **5,7 Prozentpunkte**



Asiaten in Führungspositionen in den USA

Derzeitiger Anteil: **23,2 %**

Ziel erreicht

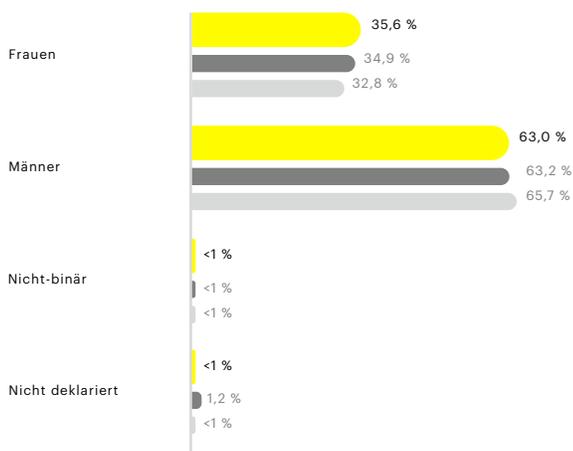


Da wir eine Kombination aus zwei Datenquellen verwenden, stimmen die Daten, über die wir im DAR berichten, nicht direkt mit unserem regulatorischen Datensatz überein. Zum Beispiel erlaubt die DEI Self-ID-Umfrage von Snap den Teammitgliedern, sich als nicht-binär, aus dem Nahen Osten oder indigen zu identifizieren, während dies in den Daten der Regierungsbehörden nicht der Fall ist. Wir nutzen diese Methodik, um ein ganzheitlicheres Verständnis der bei Snap vertretenen Identitäten zu gewinnen. Diese Daten bilden die Grundlage für unsere Strategie zur Förderung der Inklusion und der Chancengleichheit am Arbeitsplatz. Bei der Festlegung und Verfolgung von Vertretungszielen verwendet Snap jedoch den Datensatz der Regierungsbehörden. Dieser Datensatz stimmt mit den Berichten der US-Regierungsbehörden über den aktuellen Arbeitsmarkt überein. So können wir leichter erkennen, wo wir im Vergleich zur Gesamtpopulation auf dem Arbeitsmarkt stehen.

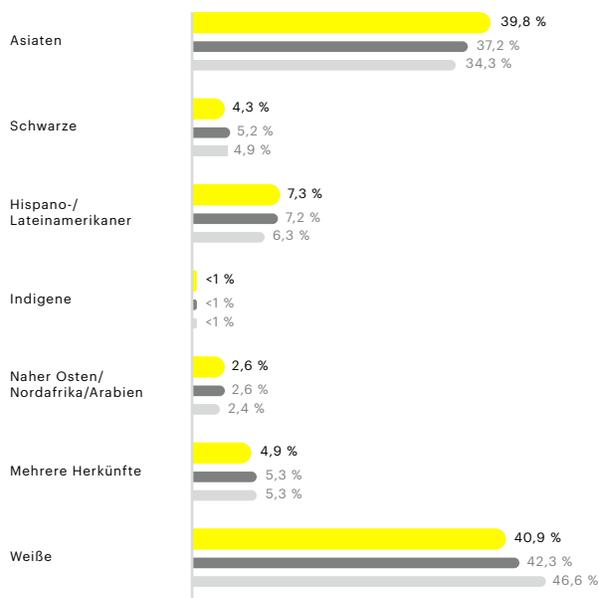
Die Personaldaten von Snap

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionelle Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

		Asiaten	Schwarze	Hispano-/Lateinamerikaner	Indigene	Naher Osten/Nordafrika/Arabien	Mehrere Herkünfte	Weißer
Frauen	2022	12,8 %	1,9 %	3,0 %	<1,0 %	<1,0 %	2,0 %	15,4 %
	2021	11,6 %	2,3 %	2,7 %	<1,0 %	<1,0 %	2,2 %	15,8 %
	2020	9,7 %	2,0 %	2,3 %	<1,0 %	<1,0 %	2,2 %	16,9 %
Männer	2022	26,8 %	2,3 %	4,3 %	<1,0 %	1,7 %	2,7 %	25,3 %
	2021	25,4 %	2,8 %	4,4 %	<1,0 %	1,7 %	2,9 %	26,1 %
	2020	24,4 %	2,8 %	4,1 %	<1,0 %	1,6 %	3,1 %	29,2 %
Nicht-binär	2022	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %
	2021	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %
	2020	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %

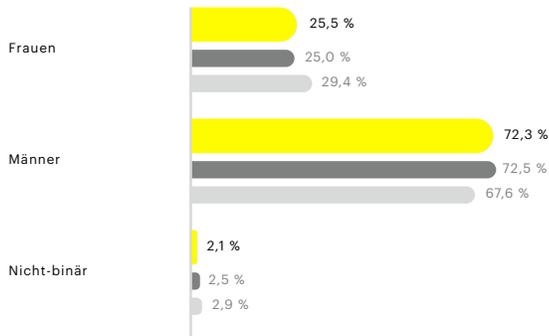
Für alle intersektionellen Tabellen im Datenabschnitt, in denen eine Zahl nicht aufgeführt ist, ist der Anteil für diese intersektionelle Gruppe gleich null. Alle Prozentangaben sind auf das nächste Zehntel gerundet. Daher kann es vorkommen, dass sich die Prozentzahlen für das Geschlecht und/oder die ethnische Zugehörigkeit insgesamt nicht genau auf 100 % summieren.

Anteil der intersektionellen Führungskräfte

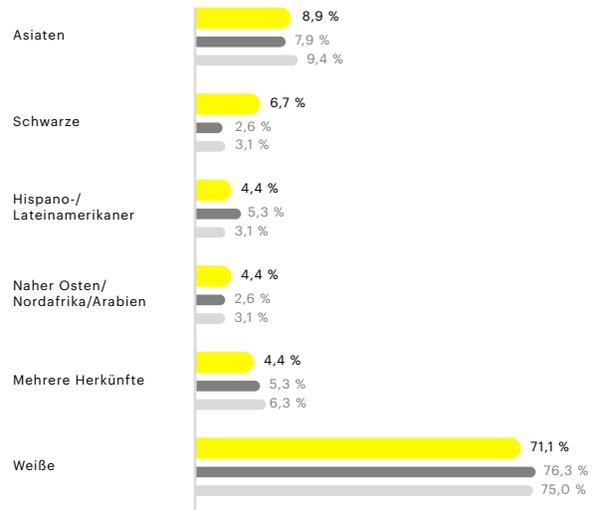
Vizepräsident+

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionale Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

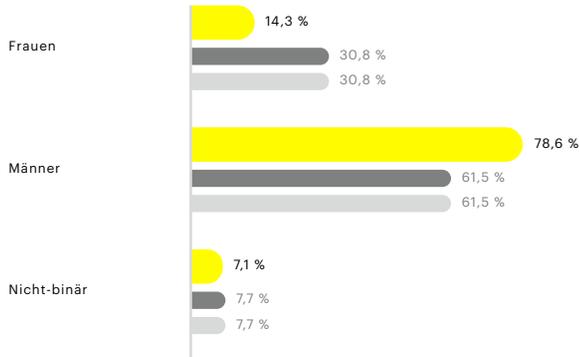
		Asiaten	Schwarze	Hispano-/Lateinamerikaner	Naher Osten/Nordafrika/Arabien	Mehrere Herkünfte	Weißer
Frauen	2022	2,2 %		2,2 %	2,2 %	2,2 %	15,6 %
	2021	5,3 %		2,6 %		2,6 %	13,2 %
	2020	6,3 %				3,1 %	18,8 %
Männer	2022	6,7 %	6,7 %	2,2 %	2,2 %	2,2 %	53,3 %
	2021	2,6 %	2,6 %	2,6 %	2,6 %	2,6 %	60,5 %
	2020	3,1 %	3,1 %	3,1 %	3,1 %	3,1 %	53,1 %
Nicht-binär	2022						2,2 %
	2021						2,6 %
	2020						3,1 %

Anteil der Führungskräfte

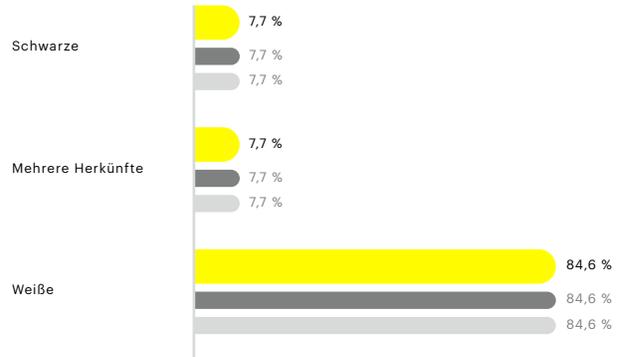
Führungskraft

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

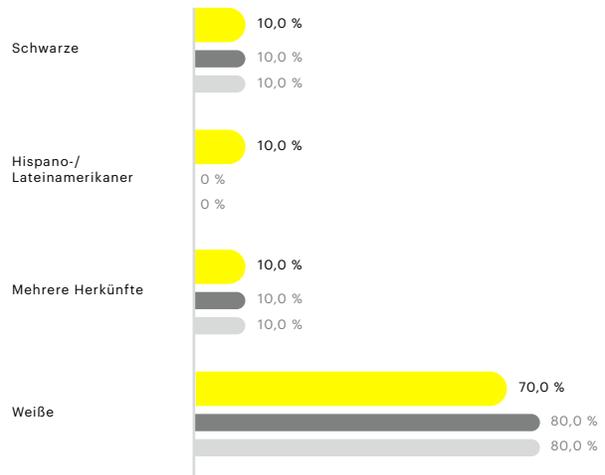


Vorstand

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

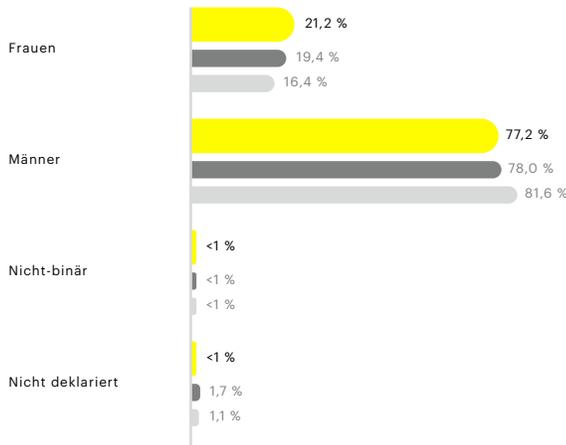


Intersektionale Repräsentation | unternehmensweit

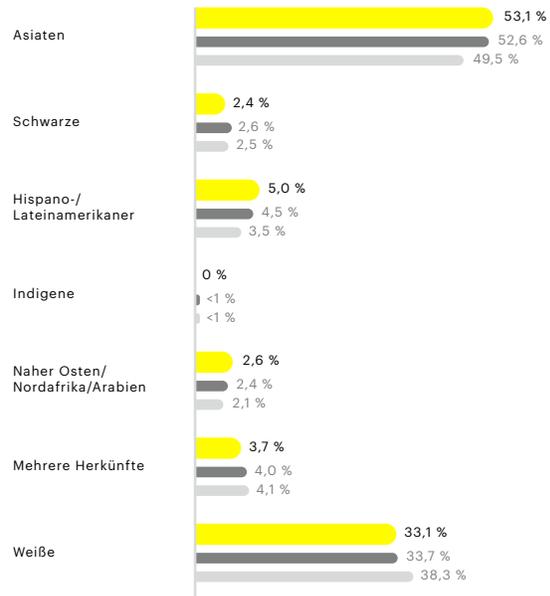
Tech

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionale Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

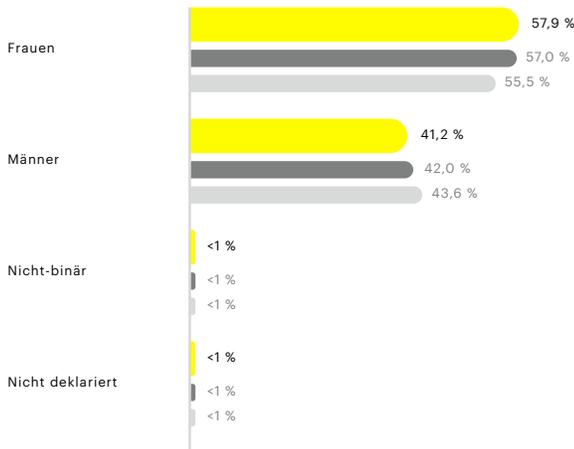
		Asiaten	Schwarze	Hispano-/Lateinamerikaner	Indigene	Naher Osten/Nordafrika/Arabien	Mehrere Herkünfte	Weißer
Frauen	2022	14,3 %	<1,0 %	1,1 %		<1,0 %	<1,0 %	5,0 %
	2021	13,0 %	<1,0 %	<1,0 %		<1,0 %	<1,0 %	4,2 %
	2020	10,4 %	<1,0 %	<1,0 %		<1,0 %	<1,0 %	4,1 %
Männer	2022	38,5 %	1,8 %	3,9 %		2,1 %	2,8 %	27,8 %
	2021	39,3 %	2,0 %	3,5 %	<1,0 %	2,0 %	3,1 %	29,0 %
	2020	38,7 %	1,9 %	2,8 %	<1,0 %	2,0 %	3,3 %	33,6 %
Nicht-binär	2022	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %		<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %
	2021	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %			<1,0 %	<1,0 %
	2020	<1,0 %					<1,0 %	<1,0 %

Intersektionale Repräsentation | unternehmensweit

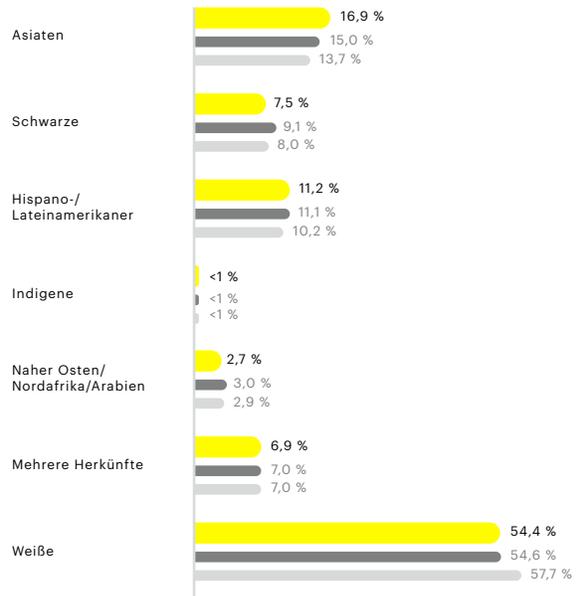
Non-Tech

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionale Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

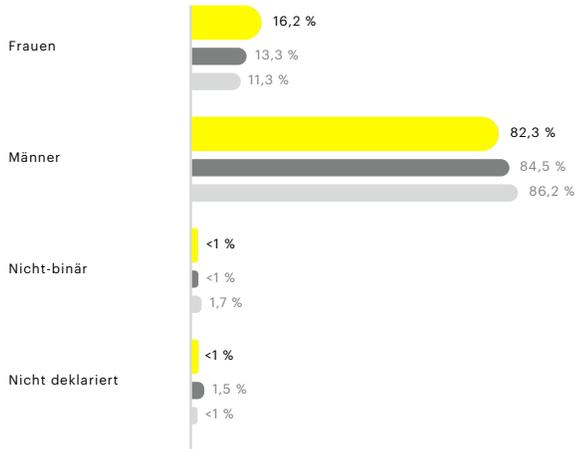
		Asiaten	Schwarze	Hispano-/Lateinamerikaner	Indigene	Naher Osten/Nordafrika/Arabien	Mehrere Herkünfte	Weißer
Frauen	2022	10,2 %	4,1 %	6,2 %	<1,0 %	1,6 %	4,2 %	33,2 %
	2021	9,6 %	4,9 %	5,4 %	<1,0 %	1,8 %	4,2 %	32,5 %
	2020	8,7 %	3,8 %	4,5 %	<1,0 %	1,7 %	4,2 %	34,1 %
Männer	2022	6,6 %	3,3 %	4,9 %	<1,0 %	1,1 %	2,5 %	20,9 %
	2021	5,3 %	4,1 %	5,7 %	<1,0 %	1,1 %	2,7 %	21,8 %
	2020	5,0 %	4,1 %	5,7 %	<1,0 %	1,2 %	2,7 %	23,3 %
Nicht-binär	2022	<1,0 %	<1,0 %				<1,0 %	<1,0 %
	2021	<1,0 %	<1,0 %			<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %
	2020	<1,0 %	<1,0 %			<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %

Intersektionale Repräsentation | Personalmanager

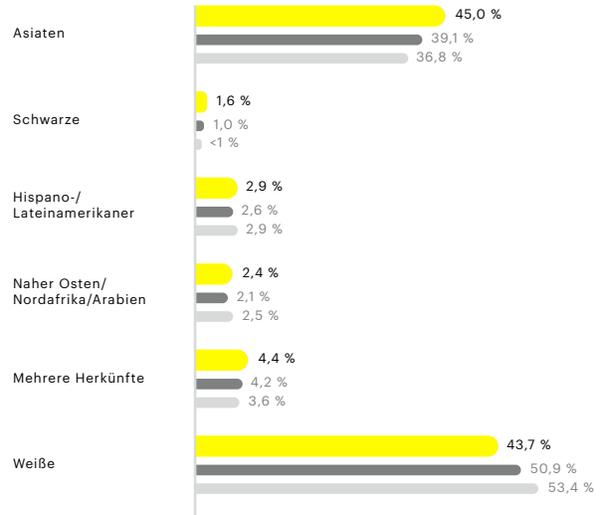
Tech

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionale Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

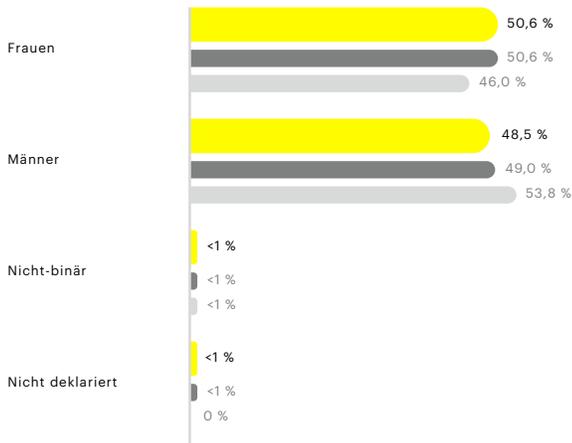
		Asiaten	Schwarze	Hispano-/Lateinamerikaner	Naher Osten/Nordafrika/Arabien	Mehrere Herkünfte	Weißer
Frauen	2022	8,0 %	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %	1,1 %	6,2 %
	2021	5,5 %	<1,0 %		<1,0 %	<1,0 %	6,3 %
	2020	4,7 %			<1,0 %		5,8 %
Männer	2022	36,8 %	<1,0 %	2,4 %	2,2 %	3,3 %	37,3 %
	2021	33,3 %	<1,0 %	2,6 %	1,8 %	3,7 %	44,4 %
	2020	31,4 %	<1,0 %	2,9 %	2,2 %	3,6 %	46,9 %
Nicht-binär	2022	<1,0 %	<1,0 %				<1,0 %
	2021	<1,0 %					<1,0 %
	2020	<1,0 %					<1,0 %

Intersektionale Repräsentation | Personalmanager

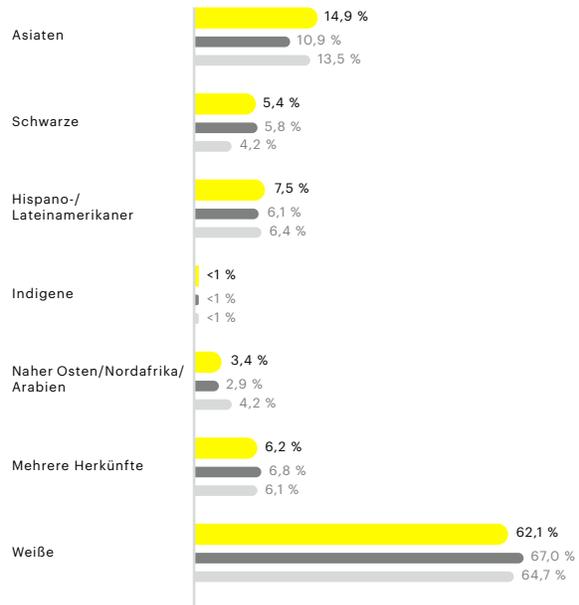
Non-Tech

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionale Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

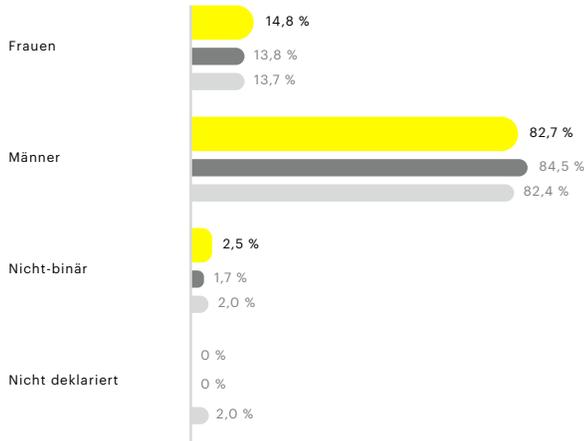
		Asiaten	Schwarze	Hispano-/Lateinamerikaner	Indigene	Naher Osten/Nordafrika/Arabien	Mehrere Herkünfte	Weißer
Frauen	2022	7,7 %	2,3 %	4,4 %		1,8 %	3,1 %	34,5 %
	2021	6,1 %	3,2 %	2,9 %		1,9 %	3,9 %	35,9 %
	2020	7,1 %	1,3 %	2,6 %	<1,0 %	2,2 %	3,2 %	31,7 %
Männer	2022	7,2 %	3,1 %	3,1 %	<1,0 %	1,5 %	2,6 %	27,3 %
	2021	4,9 %	2,7 %	3,2 %	<1,0 %	<1,0 %	2,7 %	31,1 %
	2020	6,4 %	2,9 %	3,8 %	<1,0 %	1,9 %	2,6 %	33,0 %
Nicht-binär	2022						<1,0 %	<1,0 %
	2021						<1,0 %	
	2020						<1,0 %	

Anteil der intersektionalen Führungskräfte | Director+

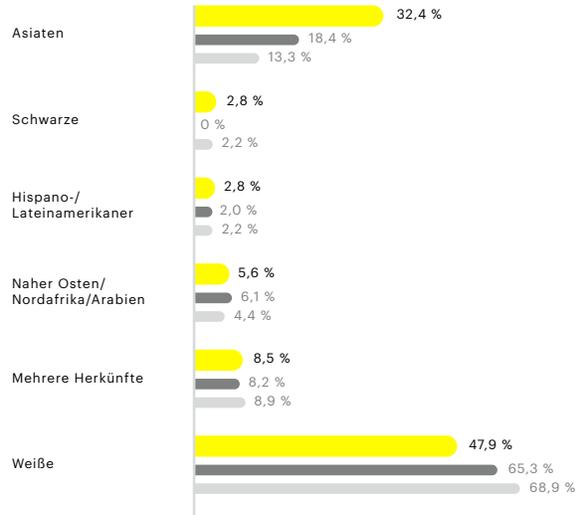
Tech

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionale Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

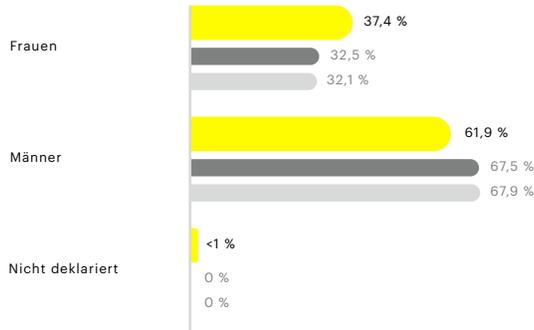
		Asiaten	Schwarze	Hispano-/Lateinamerikaner	Naher Osten/Nordafrika/Arabien	Mehrere Herkünfte	Weißer
Frauen	2022	1,4 %			1,4 %	1,4 %	12,7 %
	2021				2,0 %		14,3 %
	2020		2,2 %		2,2 %		11,1 %
Männer	2022	31,0 %	1,4 %	2,8 %	4,2 %	7,0 %	33,8 %
	2021	18,4 %		2,0 %	4,1 %	8,2 %	49,0 %
	2020	13,3 %		2,2 %	2,2 %	8,9 %	55,6 %
Nicht-binär	2022		1,4 %				1,4 %
	2021						2,0 %
	2020						2,2 %

Anteil der intersektionalen Führungskräfte | Director+

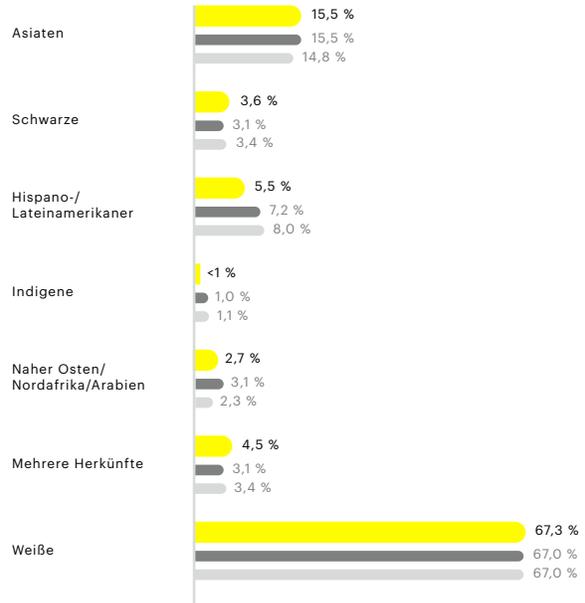
Non-Tech

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionale Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

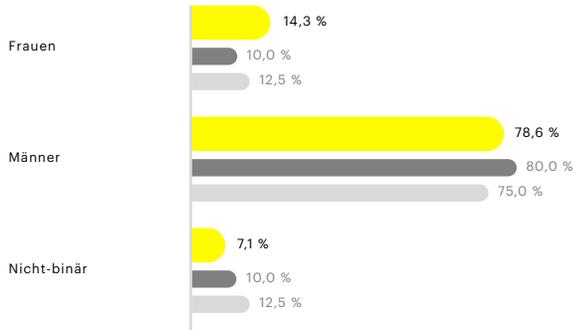
		Asiaten	Schwarze	Hispano-/Lateinamerikaner	Indigene	Naher Osten/Nordafrika/Arabien	Mehrere Herkünfte	Weiße
Frauen	2022	5,5 %	<1,0 %	2,7 %		1,8 %	2,7 %	27,3 %
	2021	5,2 %	1,0 %	2,1 %		2,1 %	2,1 %	23,7 %
	2020	5,7 %		1,1 %		2,3 %	2,3 %	25,0 %
Männer	2022	10,0 %	2,7 %	2,7 %	<1,0 %	<1,0 %	1,8 %	40,0 %
	2021	10,3 %	2,1 %	5,2 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %	43,3 %
	2020	9,1 %	3,4 %	6,8 %	1,1 %		1,1 %	42,0 %

Anteil der intersektionalen Führungskräfte | Vizepräsident+

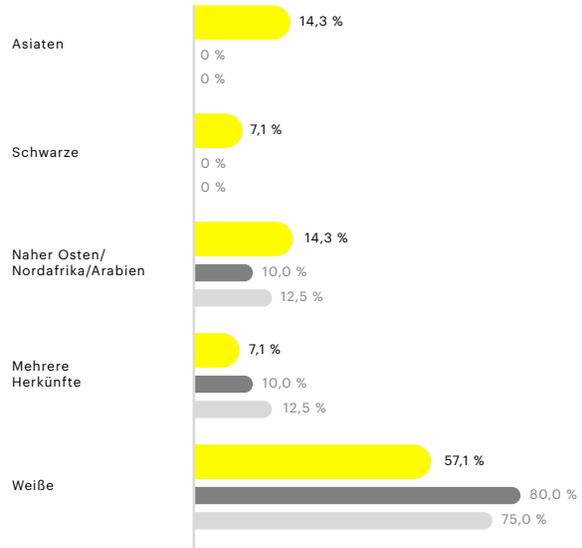
Tech

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionale Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

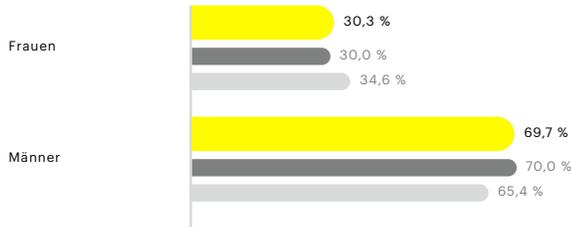
Geschlecht	Jahr	Asiaten	Schwarze	Naher Osten/Nordafrika/Arabien	Mehrere Herkünfte	Weißer
Frauen	2022			7,1 %		7,1 %
	2021					10,0 %
	2020					12,5 %
Männer	2022	14,3 %	7,1 %	7,1 %	7,1 %	42,9 %
	2021			10,0 %	10,0 %	60,0 %
	2020			12,5 %	12,5 %	50,0 %
Nicht-binär	2022					7,1 %
	2021					10,0 %
	2020					12,5 %

Anteil der intersektionalen Führungskräfte | Vizepräsident+

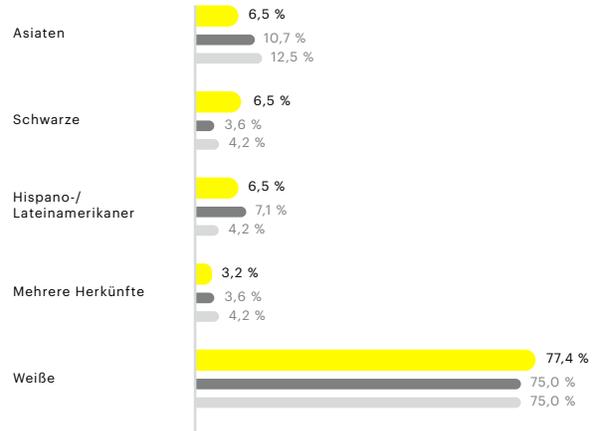
Non-Tech

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionale Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

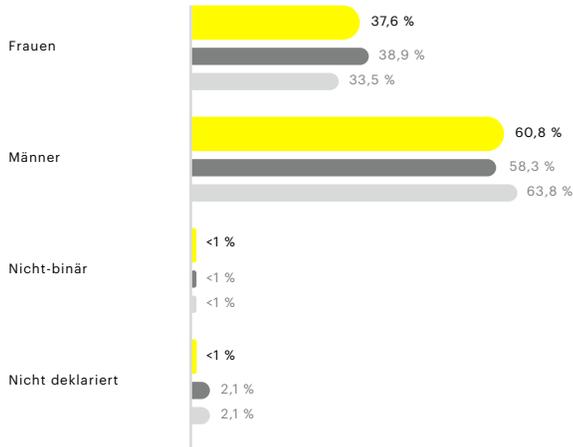
		Asiaten	Schwarze	Hispano-/Lateinamerikaner	Mehrere Herkünfte	Weißer
Frauen	2022	3,2 %		3,2 %	3,2 %	19,4 %
	2021	7,1 %		3,6 %	3,6 %	14,3 %
	2020	8,3 %			4,2 %	20,8 %
Männer	2022	3,2 %	6,5 %	3,2 %		58,1 %
	2021	3,6 %	3,6 %	3,6 %		60,7 %
	2020	4,2 %	4,2 %	4,2 %		54,2 %

Intersektionale Neueinstellungen

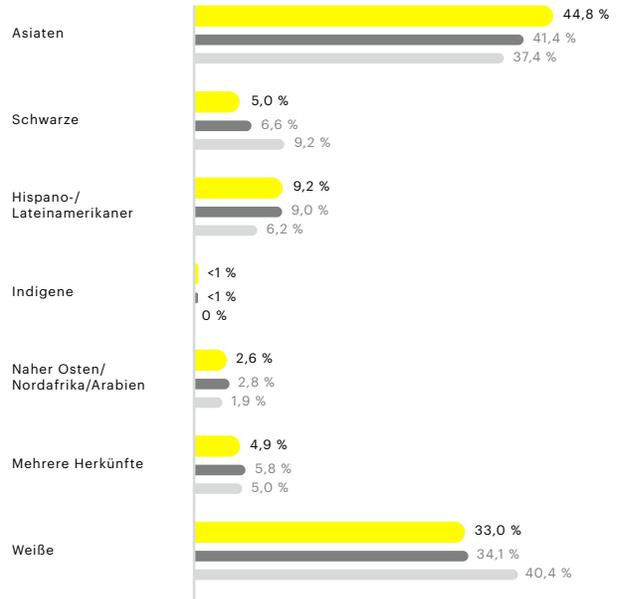
Unternehmensweit

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionale Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

		Asiaten	Schwarze	Hispano-/Lateinamerikaner	Indigene	Naher Osten/Nordafrika/Arabien	Mehrere Herkünfte	Weißer
Frauen	2022	16,5 %	2,8 %	3,6 %	<1,0 %	<1,0 %	1,7 %	13,3 %
	2021	15,8 %	3,2 %	3,7 %	<1,0 %	1,3 %	2,5 %	14,3 %
	2020	12,1 %	4,8 %	2,6 %		<1,0 %	2,3 %	14,1 %
Männer	2022	28,1 %	2,3 %	5,5 %	<1,0 %	1,7 %	3,0 %	19,5 %
	2021	25,4 %	3,2 %	5,2 %	<1,0 %	1,5 %	3,2 %	19,4 %
	2020	25,2 %	4,3 %	3,6 %		1,6 %	2,5 %	25,8 %
Nicht-binär	2022	<1,0 %		<1,0 %		<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %
	2021	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %			<1,0 %	<1,0 %
	2020	<1,0 %					<1,0 %	<1,0 %

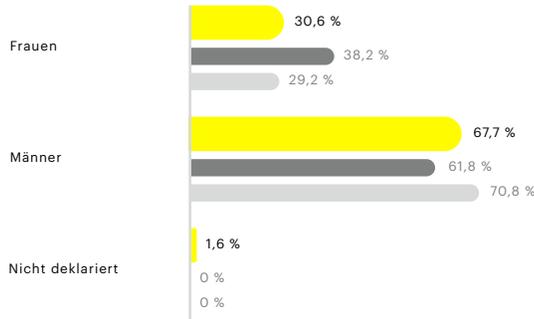
Die Einstellungsdaten stellen die Neueinstellungen nach Gruppen als Prozentsatz der Gesamteinstellungen dar.

Intersektionale Neueinstellungen

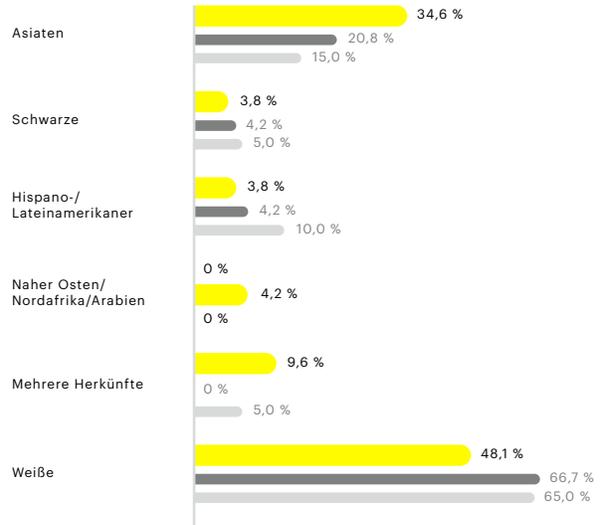
Führungskräfte | Director+

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionale Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

		Asiaten	Schwarze	Hispano-/Lateinamerikaner	Naher Osten/Nordafrika/Arabien	Mehrere Herkünfte	Weißer
Frauen	2022	7,7 %				3,8 %	23,1 %
	2021	4,2 %	4,2 %	4,2 %			29,2 %
	2020	5,0 %					30,0 %
Männer	2022	26,9 %	3,8 %	3,8 %		5,8 %	25,0 %
	2021	16,7 %			4,2 %		37,5 %
	2020	10,0 %	5,0 %	10,0 %		5,0 %	35,0 %

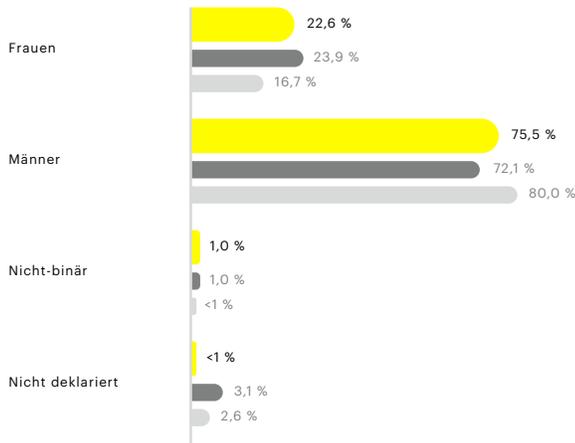
Die Einstellungsdaten stellen die Neueinstellungen nach Gruppen als Prozentsatz der Gesamteinstellungen dar.

Intersektionale Neueinstellungen

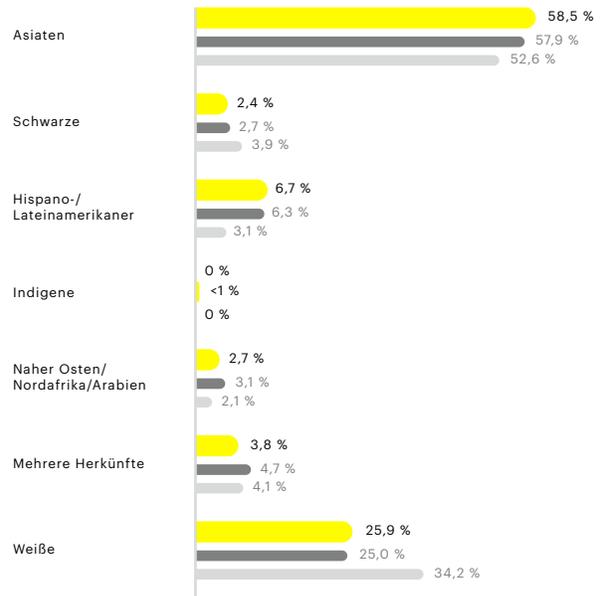
Tech

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionelle Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

		Asiaten	Schwarze	Hispano-/Lateinamerikaner	Indigene	Naher Osten/Nordafrika/Arabien	Mehrere Herkünfte	Weißer
Frauen	2022	18,0 %	<1,0 %	1,4 %		<1,0 %	<1,0 %	4,0 %
	2021	18,2 %	<1,0 %	1,4 %		<1,0 %	1,1 %	4,4 %
	2020	12,4 %	1,6 %	<1,0 %			1,0 %	3,9 %
Männer	2022	40,1 %	2,0 %	5,1 %		2,0 %	3,3 %	21,9 %
	2021	39,4 %	2,0 %	4,8 %	<1,0 %	2,1 %	3,4 %	20,2 %
	2020	39,9 %	2,3 %	2,3 %		2,1 %	3,1 %	29,8 %
Nicht-binär	2022	<1,0 %		<1,0 %		<1,0 %	<1,0 %	
	2021	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %			<1,0 %	<1,0 %
	2020	<1,0 %						<1,0 %

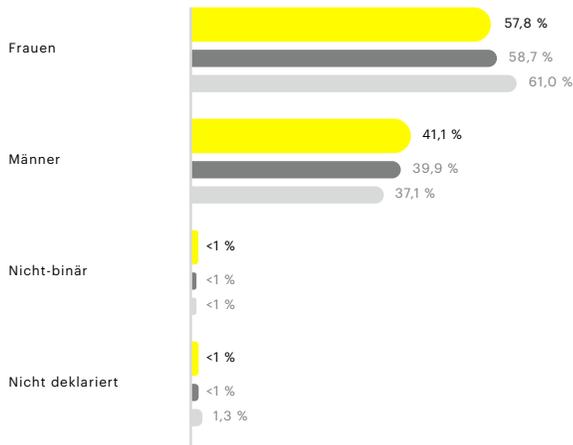
Die Einstellungsdaten stellen die Neueinstellungen nach Gruppen als Prozentsatz der Gesamteinstellungen dar.

Intersektionelle Neueinstellungen

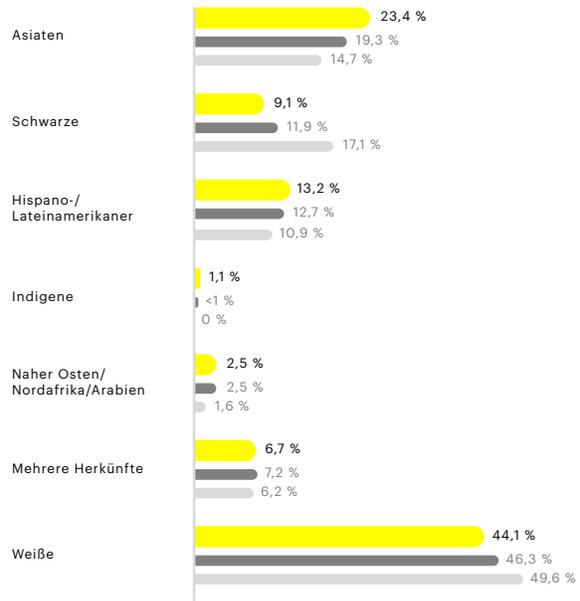
Non-Tech

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



Intersektionelle Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

		Asiaten	Schwarze	Hispano-/Lateinamerikaner	Indigene	Naher Osten/Nordafrika/Arabien	Mehrere Herkünfte	Weißer
Frauen	2022	14,0 %	6,5 %	7,2 %	<1,0 %	1,1 %	3,8 %	27,8 %
	2021	12,5 %	6,6 %	6,9 %	<1,0 %	1,6 %	4,3 %	27,5 %
	2020	11,6 %	9,7 %	5,4 %		<1,0 %	4,3 %	29,5 %
Männer	2022	9,4 %	2,7 %	6,0 %	<1,0 %	1,3 %	2,7 %	15,8 %
	2021	6,8 %	4,9 %	5,8 %		<1,0 %	2,8 %	18,3 %
	2020	3,1 %	7,4 %	5,4 %		<1,0 %	1,6 %	19,8 %
Nicht-binär	2022						<1,0 %	<1,0 %
	2021		<1,0 %				<1,0 %	<1,0 %
	2020						<1,0 %	<1,0 %

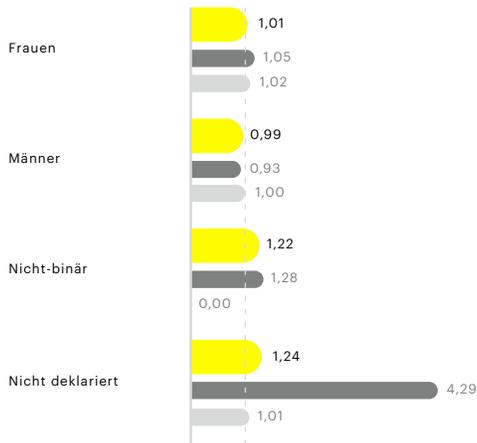
Die Einstellungsdaten stellen die Neueinstellungen nach Gruppen als Prozentsatz der Gesamteinstellungen dar.

Durchschnittlicher Abwanderungsindex

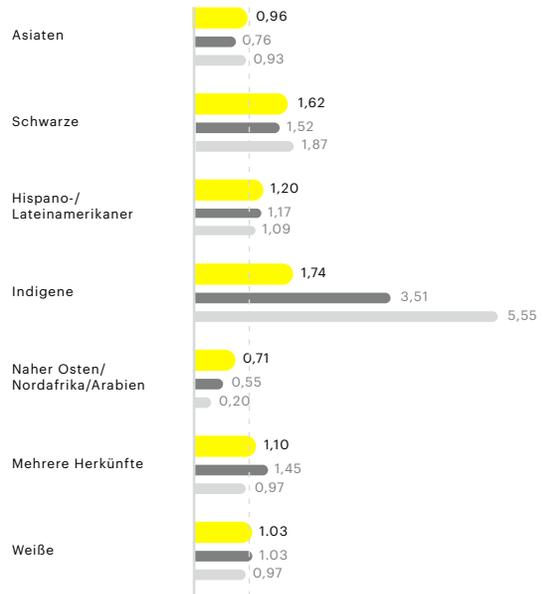
Unternehmensweit

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)

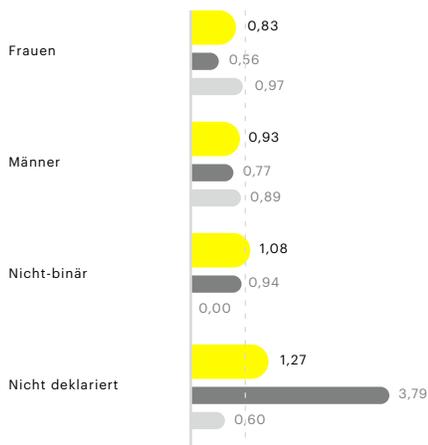


Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)

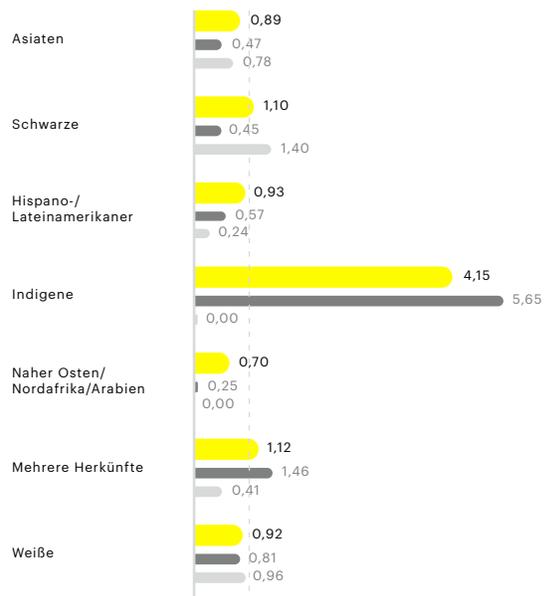


Tech

Geschlecht (Global)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



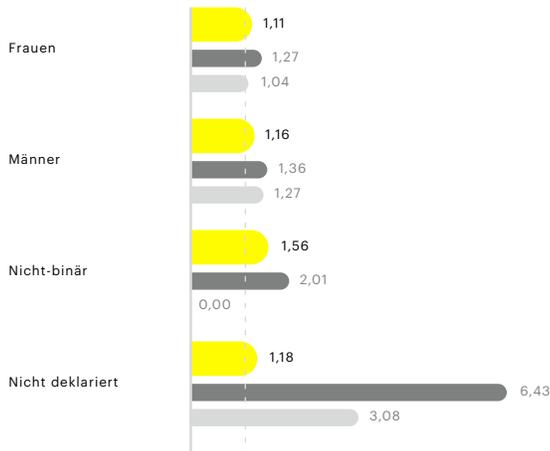
Die durchschnittliche Fluktuationsrate von Snap (Tech-Unternehmen und Nicht-Tech) beträgt 1,00 im obigen Index (wird als gepunktete Referenzlinie angezeigt). Gruppen, in denen die Abwanderung über 1,00 liegt, haben eine höhere Abwanderungsrate als der Durchschnitt.

Durchschnittlicher Abwanderungsindex

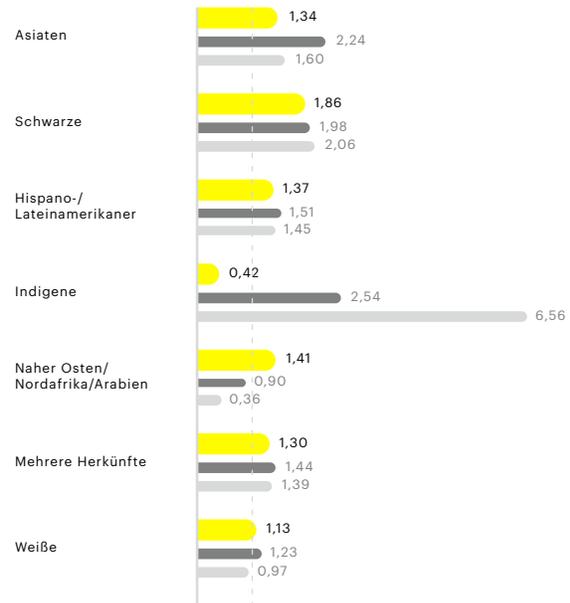
Non-Tech

Schlüssel 2022 2021 2020

Geschlecht (Global)



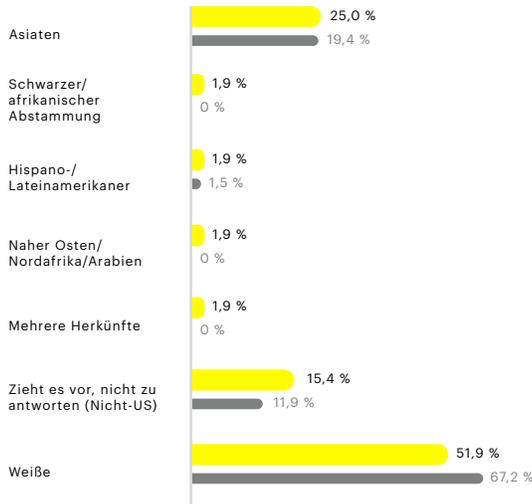
Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (USA)



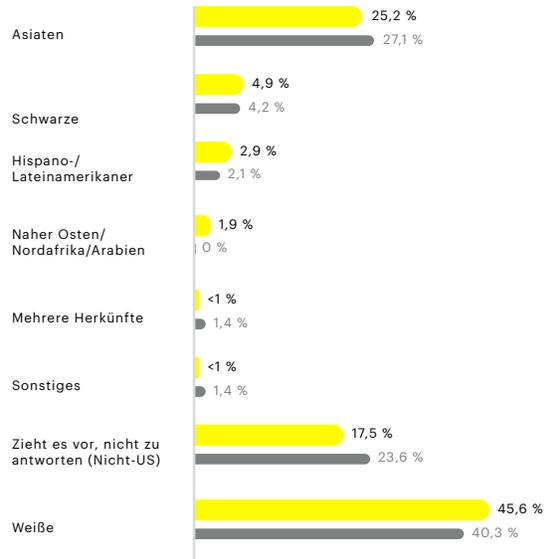
Anteil der Mitarbeiter | Self-ID

Schlüssel 2022 2021 2020

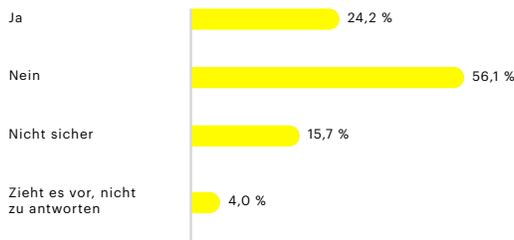
Herkunftsethnische Zugehörigkeit (Australien)



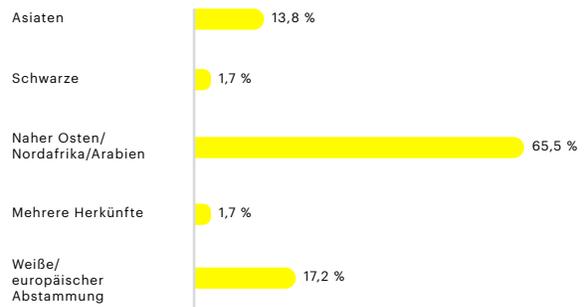
Herkunftsethnische Zugehörigkeit (Kanada)



Ethnische Gruppe einer Minderheit (Europa*)



Herkunft/ethnische Zugehörigkeit (VAE)



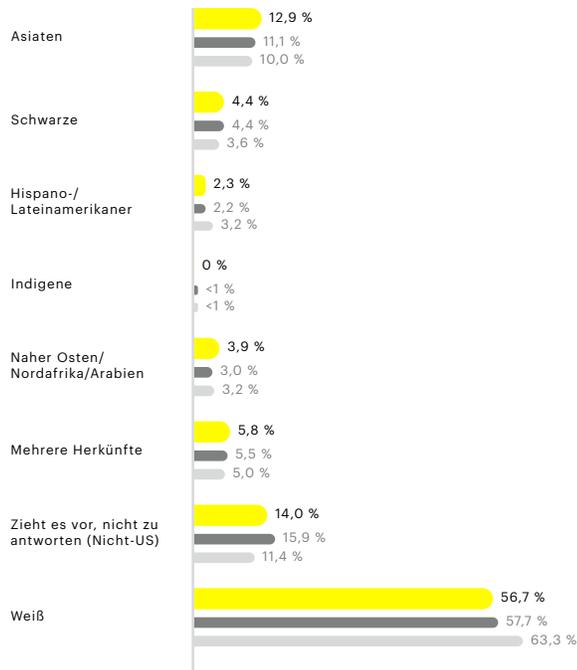
* „Europa“ ist eine Kombination von Self-ID-Antworten unserer Teammitglieder in Frankreich, Deutschland und den Niederlanden. Die Antworten unserer Teammitglieder im Vereinigten Königreich werden nicht in der Kategorie „Europa“ berücksichtigt, sondern werden wie in unserem DAR-Bericht 2022 separat aufgeführt.

Für alle intersektionalen Tabellen im Datenbereich gilt, dass, wenn keine Anzahl angegeben ist, es für diese intersektionale Gruppe keine Repräsentation gibt (z. B. indigene Personen in Australien und Kanada). Alle Prozentangaben sind auf das nächste Zehntel gerundet. Daher kann es vorkommen, dass sich die Prozentzahlen für das Geschlecht und/oder die ethnische Zugehörigkeit insgesamt nicht genau auf 100 % summieren.

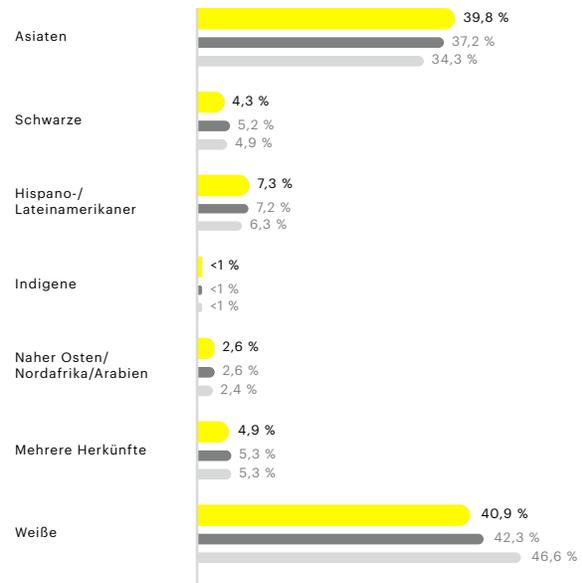
Anteil der Mitarbeiter | Self-ID

Schlüssel 2022 2021 2020

Herkunftsethnische Zugehörigkeit (Vereinigtes Königreich)



Herkunftsethnische Zugehörigkeit (USA)



* „Europa“ ist eine Kombination von Self-ID-Antworten unserer Teammitglieder in Frankreich, Deutschland und den Niederlanden. Die Antworten unserer Teammitglieder im Vereinigten Königreich werden nicht in der Kategorie „Europa“ berücksichtigt, sondern werden wie in unserem DAR-Bericht 2022 separat aufgeführt.

Für alle intersektionalen Tabellen im Datenbereich gilt, dass, wenn keine Anzahl angegeben ist, es für diese intersektionale Gruppe keine Repräsentation gibt (z. B. indigene Personen in Australien und Kanada). Alle Prozentangaben sind auf das nächste Zehntel gerundet. Daher kann es vorkommen, dass sich die Prozentzahlen für das Geschlecht und/oder die ethnische Zugehörigkeit insgesamt nicht genau auf 100 % summieren.

