

# Snap Inc. Jährlicher Diversitäts- Bericht 2022



## Letztes Jahr teilten wir unser Ziel, die Herzen und Denkweisen zu verändern, um Diversität, Gleichberechtigung und Integration (DEI) zu erreichen. In diesem Jahr wollen wir unser DEI-Ziel vollständig umsetzen.

Es ist einfach groß zu träumen, aber viel schwerer, große Träume zum Leben zu erwecken. Nach den emotionalen Reaktionen auf die Ermordung von George Floyd, durch die die Welt gezwungen wurde, sich mit Rassismus und Ungerechtigkeit auseinanderzusetzen, müssen wir nun eine schwierige Frage beantworten: Wie können wir Teams dazu inspirieren, tief greifende gesellschaftliche Probleme langfristig anzugehen, wenn selbst harte Arbeit keine unmittelbaren Ergebnisse bringt? Die Antwort ist vielschichtig, aber wir glauben, dass sie zum Teil durch Kultur, Verantwortlichkeit und das Wecken intrinsischer Motivation gefunden werden kann.

Wir wissen, dass DEI ein Marathon ohne eine Ziellinie ist. Um einen systemischen Wandel zu fördern, brauchen wir Tools, Inspiration, Expertise und Anreize, um im Rennen zu bleiben.

Wie gut machen wir es also? Wenn es um unsere Ziele in Bezug auf die Teamzusammensetzung geht, sind wir immer noch im Rückstand. Dieser Bericht ist kein Versuch, unsere Zahlen zu beschönigen. Es ist ein ehrliches Eingeständnis, wo wir stehen, wo wir hinwollen und wie wir dorthin gelangen wollen. Wir wissen auch, dass die Probleme, mit denen wir uns befassen, nicht nur bei Snap auftreten, sondern in der gesamten Tech-Branche verbreitet sind. Aus dieser Erkenntnis heraus haben wir im Januar 2020 damit begonnen, eine Koalition führender DEI-Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft einzuberufen, um eine neue Blaupause für mutige, gemeinsame Maßnahmen von Technologieunternehmen zu erstellen. Im Jahr 2021 veröffentlichte diese Koalition den [Action to Catalyze Tech \(ACT\) Report](#)<sup>1</sup>. Über 30 CEOs und Führungskräfte führender Technologieunternehmen haben sich angemeldet.

Unsere langfristige DEI-Strategie, die auf Empathie, Systemdesign und Verantwortlichkeit aufbaut, stützt sich auf viele Elemente des ACT-Berichts. Wir wissen, dass Rom nicht an einem Tag erbaut wurde, aber wir können auch nicht jahrelang warten, bis wir Ergebnisse liefern. Deshalb verbinden wir Dringlichkeit und Ehrgeiz mit einer realistischen Einschätzung unserer Lage. Wir wissen auch, dass es wahrscheinlich schwieriger wird, bevor es einfacher wird. Obwohl unsere Ergebnisse nicht immer unsere enormen Anstrengungen widerspiegeln, geben wir nicht auf – stattdessen verdoppeln wir unsere Anstrengungen, um Snap noch inklusiver und verantwortungsbewusster zu machen. Zusätzlich zu unseren Bemühungen bei Snap möchten wir einen positiven Beitrag zur Technologiebranche als Ganzes leisten.

Wir danken dir für dein Interesse an unserer Story und unserer kontinuierlichen Arbeit, unser Unternehmen und unsere Branche gerechter für alle zu machen.



A stylized, handwritten signature in black ink.

**Evan Spiegel**  
Mitbegründer und CEO



A stylized, handwritten signature in black ink.

**Oona King**  
VP, Vielfalt, Gleichheit und Inklusion

# Inhalt

## **EINLEITUNG**

---

Zusammenfassung	4
-----------------	---

## **ABSCHNITT I: DIE STRATEGIE VON SNAP**

---

Empathie wecken	12
Systeme neu gestalten	16
Verantwortlichkeit fördern	20

## **ABSCHNITT II: DIE DATEN VON SNAP**

---

Data Snapshot	29
Datenvisualisierungen	31

Einleitung

# Führungskraft Zusammenfas- sung

# Zusammenfassung

---

In den letzten zwei Jahren haben wir eine langfristige DEI-Strategie entwickelt, die darauf abzielt, Empathie zu wecken, Systeme neu zu gestalten und Verantwortlichkeit durch unsere Mitarbeiter, Produkte, Partner und unser gesamtes Tech-Ökosystem zu fördern.

Wir haben gelernt, dass es selbst bei ehrgeizigen Zielen Zeit braucht, um bedeutsame Fortschritte bei unseren Daten zur Zusammensetzung unserer Belegschaft zu erzielen. Wir waren jedoch in der Lage, den Wandel in unserem Unternehmen schneller voranzutreiben, indem wir DEI in all unseren Geschäftsbereichen als unabdingbar betrachteten – angefangen bei der Herstellung unserer Produkte, über die Partner, mit denen wir zusammenarbeiten, bis hin zur Art und Weise, wie wir unser Geld ausgeben.

Auch wenn wir bei der Neugestaltung unserer Systeme Fortschritte gemacht haben, müssen wir noch mehr tun, um unseren Teammitgliedern die Werkzeuge und Ressourcen an die Hand zu geben, die sie brauchen, um wirklich Verantwortung für DEI zu übernehmen.

Bei den Bemühungen, den Wandel voranzutreiben, zeigen sich drei wichtige Erkenntnisse:

- **DEI ist ein Marathon, kein Sprint.** Aber es gibt keine Ziellinie, weil DEI einen Weg und ein Mittel darstellt und kein Endziel ist. Wir müssen langfristig investieren, indem wir Verhaltensänderungen einführen, die ein Leben lang halten, und die Verantwortung für die Umsetzung von DEI auf das gesamte Führungsteam und das Unternehmen verteilen. Unser Ziel ist es, eine "Ownership"-Kultur für DEI zu schaffen, in der Teammitglieder inspiriert, motiviert und für den Aufbau integrativer Kultur, Belegschaft und Produkte belohnt werden.
- **Daten sind das A und O.** Man kann nicht verbessern, was man nicht misst. Wir werden unsere interne demografische Datenerfassung weiter verfeinern, diese Erkenntnisse mit den wichtigsten Stakeholdern teilen und maßgeschneiderte, strategische Pläne erstellen, die die verschiedenen Teamkulturen innerhalb von Snap berücksichtigen. Es gibt kein Patentrezept, und DEI-Strategien für einzelne Teams erfordern differenzierte Daten und Vorgehensweisen.

- **Um Auswirkungen zu erzielen, braucht es eine Priorisierung des Systemwandels im gesamten Geschäftsbereich.** Wenn es um DEI geht, reagieren wir zu oft auf Ereignisse, anstatt tief greifende systemische Veränderungen anzustoßen. Um diese Dynamik zu verändern, müssen die DEI-Teams wie auch die Unternehmensteams selbst zielstrebig und leistungsfähiger sein. Einfach nur in ein DEI-Team zu investieren kann keinen systemischen Wandel bewirken. Umgekehrt hält das Ausbleiben von Investitionen lediglich den gegenwärtigen Zustand aufrecht. Seit der Veröffentlichung unseres ersten jährlichen Diversitätsberichts im Jahr 2020 haben wir die Größe des IDEA-Teams (Inclusion, Diversity, Equity & Awareness – Eingliederung, Vielfalt, Gleichberechtigung und Sensibilisierung) von Snap mehr als verdoppelt, und wir haben jetzt einen engagierten Partner aus fast allen vertikalen Geschäftsbereichen, der für das Vorantreiben des systemischen Wandels verantwortlich ist.

Im Jahr 2022 werden wir unsere Investitionen in jede Säule unserer DEI-Strategie vertiefen. Unser Ziel ist es, DEI bei Snap weiter zu verankern und eine verbesserte DEI-Governance mit skaliertem Lernen zu kombinieren, um die DEI-Kompetenz in allen Teams zu erhöhen.

**Abschnitt 1** dieses Berichts legt die wichtigsten Initiativen dar, auf die wir uns konzentrieren, um Empathie zu wecken, Systeme neu zu gestalten und Verantwortlichkeit zu fördern.

**Wir werden weiterhin durch Storytelling Empathie wecken und Augmented Reality (AR) als leistungsstarkes Tool verwenden, um unterrepräsentierte Stimmen zum Leben zu erwecken.**

AR kombiniert die Leistungsfähigkeit von Computern mit dem, was wir in der realen Welt sehen und erleben, und ermöglicht es uns, neue Perspektiven oder bisher nicht erzählte Geschichten auf äußerst immersive Weise zum Leben zu erwecken. Nach heftigen Debatten im Sommer 2020 über Statuen, die die schwarze britische Geschichte in Großbritannien auslöschten, wollten wir beispielsweise AR als Instrument zur Inklusion nutzen – insbesondere als unsere Recherchen ergaben, dass die Briten zugaben, nicht genug über die Geschichte der Schwarzen zu wissen. Aus diesem Grund haben wir uns mit den Black Cultural Archives (BCA) und anderen zusammengetan, um eine lokale Linse zu schaffen, die darauf abzielt, Snapchatter durch ein AR-Erlebnis auf dem Trafalgar Square in London über unerzählte schwarze Geschichte aufzuklären.

**Wir werden unsere Produkt- und Inhaltentwicklungssysteme weiter neu gestalten, um die Inklusion zu maximieren und mit Partnern zu arbeiten, die unser Engagement teilen.** Unser Ziel ist es, in der Branche führend zu sein, wenn es um integrative und gleichberechtigte Repräsentation vor und hinter der Kamera im Original Programm geht. Zum Beispiel verpflichtet sich unsere Abteilung Snap Originals öffentlich, mit Produktionspartnern zusammenzuarbeiten, die sich ihrerseits verpflichten, bis 2025 das folgende Ziel zu erreichen: 50 % aller Snap Originals Hauptrollen, Moderatoren, Showrunner, Talente, Crew und Eigentümer oder Führungskräfte sind Frauen und/oder Menschen mit historisch unterrepräsentiertem Hintergrund<sup>2</sup> ([Equity Partnership Pledge](#)<sup>3</sup>). Wir wissen, dass wir vor und hinter der Kamera allein keine bedeutenden Veränderungen herbeiführen können. Deshalb bemühen wir uns um die Zusammenarbeit mit Partnern, die unsere Werte und unser Engagement für DEI teilen. Wir freuen uns, dass mehr als 10 der Produktionspartner von Snap Originals sich ebenfalls öffentlich zur Equity Partnership Pledge verpflichtet haben, darunter Unanimous Media, Bunim Murray Productions, Eagle Vision und Maven. In diesem Zusammenhang hatten wir die Ehre, Nominierungen für den NAACP Image Award für zwei Originals Serien zu erhalten: Life by the Horns und Two Sides: Unfaithful. Letztendlich hoffen wir, eine hohe Messlatte anzulegen, an der sich die gesamte Unterhaltungsindustrie orientieren kann.

**Wir werden in unserem gesamten Team eine Kultur der „Eigenverantwortung“ für DEI schaffen, mit besseren Ressourcen und Instrumenten, die den Einzelnen in die Lage versetzen, seinen Beitrag zu leisten.** Wir wissen, dass wir nicht einfach verkünden können: „DEI ist jedermanns Aufgabe“, ohne die richtigen Instrumente bereitzustellen und die Teammitglieder dort abzuholen, wo sie stehen. Aus diesem Grund erweitern wir unser DEI-Lern- und Entwicklungsprogramm erheblich und machen es gleichzeitig spezialisierter, damit die Teams die spezifischen Probleme, mit denen sie konfrontiert sind, verstehen und angehen können. So bauen wir beispielsweise einen kohortenbasierten Schulungsansatz für Gruppen wie Personalverantwortliche, DEI-Geschäftsführer, Personalleiter und Führungskräfte aus. Darüber hinaus haben wir in diesem Jahr einen strengeren Rahmen für die Rechenschaftspflicht eingeführt, um die DEI-Ziele und -Schlüsselergebnisse zu verfolgen und zu messen, wobei wir eine ähnliche Methodik für die Festlegung von Zielen in allen unseren Geschäftsbereichen verwenden. Wir wissen, dass wir nicht verbessern können, was wir nicht messen. Wir werden unser Wissen und unsere Kompetenz in Bezug auf die aus diesen Daten gewonnenen Erkenntnisse weiter ausbauen, um unsere Teamzusammensetzung zu verbessern.

**Wir werden gemeinsam DEI beschleunigen.** Genauso wie wir uns eine verantwortungsvollere DEI-Beteiligung in unserem Unternehmen wünschen, wollen wir das auch in unserer Branche. Wir wissen von der Erfahrung, wie schwer es sein kann, DEI richtigzumachen. Deshalb wollen wir DEI-Tools in der gesamten Tech-Branche und darüber hinaus als Open Source bereitstellen, um sowohl etablierte Unternehmen als auch Start-ups zu unterstützen. Im Jahr 2022 werden wir dies durch die Schaffung des [Tech Equity Accountability Mechanism](#)<sup>4</sup> in Partnerschaft mit dem Aspen Institute und der Business for Social Responsibility (BSR) tun.

<sup>2</sup> „Historisch unterrepräsentierte Hintergründe“ umfasst Menschen aus unterrepräsentierten ethnischen Gruppen, Menschen mit Behinderungen und Mitglieder der LGBTQ+ Community.

<sup>3</sup> <http://diversity.snap.com/originalsequityvision>

<sup>4</sup> <https://actreport.com/wp-content/uploads/2021/11/The-ACT-Report.pdf#page=133>

**Abschnitt 2** stellt unsere Personaldaten für 2021 zur Verfügung, die Daten zur Vertretung der Teammitglieder, zu Einstellungen und zur Abwanderung enthalten. Wir wissen, dass es beim Aufbau einer integrativen Kultur nicht nur darauf ankommt, wen wir einstellen, sondern auch darauf, wen wir halten.

Im Rahmen unserer Verpflichtung, öffentlich Rechenschaft abzulegen, haben wir im letzten Jahr mehrere neue Ziele angekündigt<sup>5</sup>, um die Vertretung von historisch unterrepräsentierten rassischen und ethnischen Gruppen in den USA, von Frauen in technischen Positionen und von Frauen und unterrepräsentierten Gruppen in Führungspositionen (Director+) bis 2025 zu erhöhen. Unsere Daten zeigen, dass wir in einigen Bereichen Fortschritte gemacht haben, z. B. bei der Erhöhung des Anteils von Frauen in technischen Positionen, bei der Erhöhung des Frauenanteils im gesamten Unternehmen und bei der signifikanten Erhöhung des Anteils von Frauen aus Asien in Führungspositionen.

- **Der Anteil von Frauen in technischen Positionen stiegen um fast 3,1 Prozentpunkte (PP)<sup>6</sup> auf 19,6 % in Richtung unseres Gesamtziels von 25 % bis 2025.**
- **Insgesamt stieg der Anteil der Frauen bei Snap auf 34,9 % – ein Anstieg von 2,1 Prozentpunkten.**
- **Die Zahl der asiatischen Teammitglieder in Führungspositionen in den USA stieg von 14,3 % auf 17,1 % – ein Anstieg von fast 20 % – in Richtung unseres Gesamtziels von 17,9 % bis 2025 an.**
- **Unterrepräsentierte rassische und ethnische Gruppen in den USA stiegen um 1,3 Prozentpunkte auf 17,4 % – in Richtung unseres Gesamtziels von 20 % bis 2025 an. Dies beinhaltet einen Anstieg des Anteils der Schwarzen von 4,9 % auf 5,3 %, einen Anstieg des Anteils der Hispanic/Latinx von 6,8 % auf 7,6 % und einen Anstieg des Anteils der Menschen mit verschiedenen Ethnien von 4,1 % auf 4,2 %.**
- **Der Anteil der Ureinwohner Hawaiis/Pazifikinseln und der Ureinwohner Amerikas/Alaskas blieb gleich bei 0,1 % bzw. 0,2 %.**

<sup>5</sup> Ziele und ihre Fortschritte basieren auf den regulatorischen Daten.

<sup>6</sup> PP – Prozentpunkte



- Die Fluktuationsrate von Frauen bei Snap ist von Jahr zu Jahr gestiegen, was auf eine Zunahme der Fluktuation von Frauen in nicht-technischen Positionen zurückzuführen ist.
- Die Fluktuation der hispanischen/lateinamerikanischen Teammitglieder ist von 1,09 auf 1,17 leicht gestiegen, wobei 1 der durchschnittlichen Abwanderung für Snap entspricht.
- Der Arbeitskräfteabgang der schwarzen Teammitglieder ist im Jahresvergleich von 1,87 auf 1,52 zurückgegangen, wobei 1 der durchschnittlichen Abwanderung bei Snap entspricht.

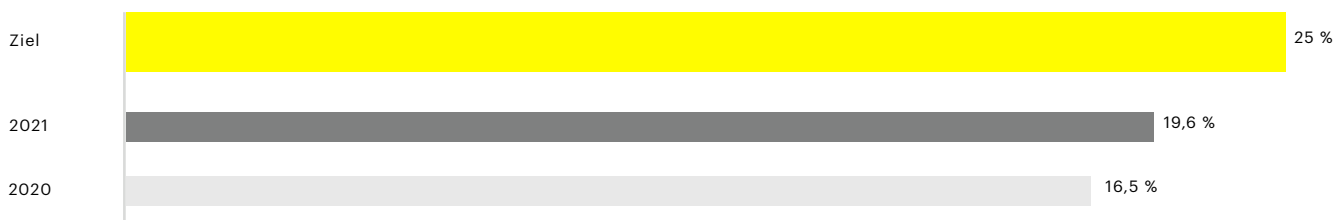
Unsere Daten zeigen auch eine Reihe von Bereichen auf, in denen wir uns weiter verbessern müssen – dazu gehört die Bindung von Frauen und schwarzen, hispanischen/lateinamerikanischen und indigenen Teammitgliedern, insbesondere in der Führungsebene. Unsere langsameren Zuwächse bei den Frauen in Führungspositionen waren teilweise auf eine höhere Abwanderungsrate in einem äußerst wettbewerbsfähigen Arbeitsmarkt zurückzuführen. Insgesamt ging der Anteil der unterrepräsentierten rassistischen und ethnischen Gruppen in den USA in Führungspositionen um 2 % auf 12,3 % zurück.

Letztes Jahr kündigten wir neue Ziele für die Zusammensetzung der Belegschaft bei Snap an. Wir verfolgen von Jahr zu Jahr die Fortschritte auf dem Weg zu diesen Zielen, die wir bis 2025 erreichen wollen.

### Ziel 1: Erhöhung des Anteils unterrepräsentierter\* rassistischer und ethnischer Gruppen in den USA auf 20 %



### Ziel 2: Erhöhung der Anzahl an Frauen in den technischen Positionen auf 25 %



## Ziel 3: Erhöhung der Anzahl an Frauen sowie der rassischen und ethnischen Gruppen in den USA um 30 % in Führungspositionen

### Frauen in Führungspositionen



### Unterrepräsentierte rassische und ethnische Führungskräfte (USA)



### Asiaten in Führungspositionen (USA)



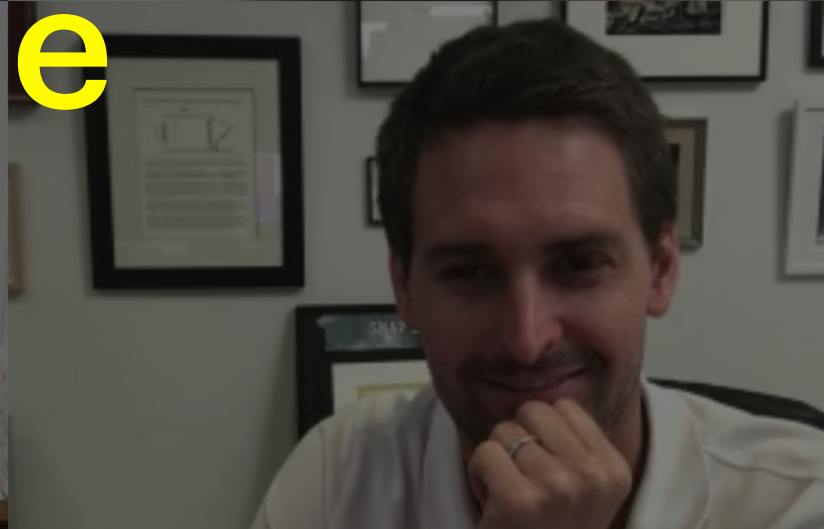
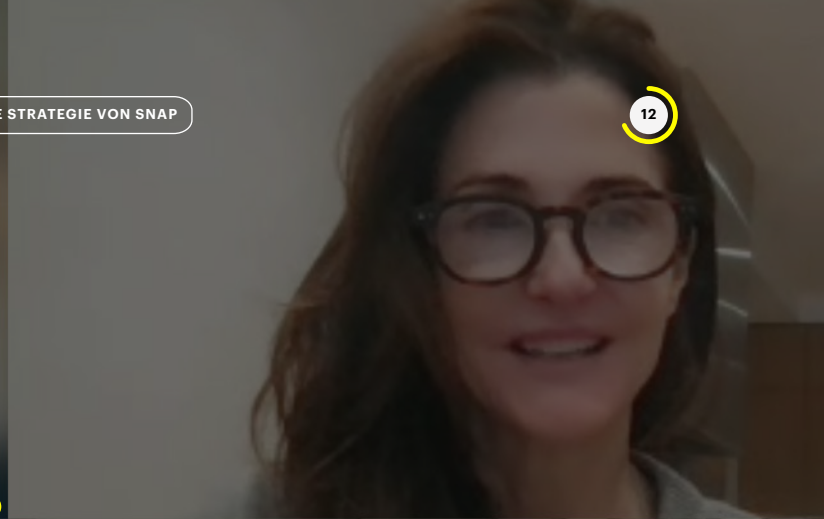
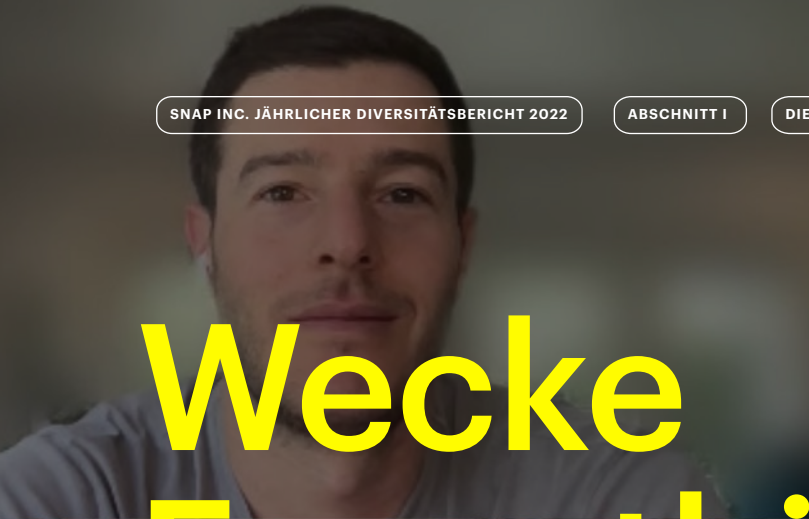
\*Unterrepräsentierte Gruppen bei Snap sind Schwarze, Hispanic/Latinx, Multirassisch, Ureinwohner Hawaiis/Pazifikinseln und Ureinwohner Amerikas/Alaskas. Während Asiaten in der Gesamtpopulation von Snap nicht unterrepräsentiert sind, sind sie dies in Führungspositionen.

Wir haben begonnen, unsere Strategien zu erweitern, um den Abwärtstrend umzukehren und weiter in die Bindung vielfältiger Talente zu investieren. Wir haben die Leistungen erhöht, um den wachsenden Bedürfnissen der Teammitglieder gerecht zu werden, z. B. durch mehr Unterstützung für unsere Teammitglieder, die eine zusätzliche Koordination der Betreuung von Kindern und anderen Familienmitgliedern benötigen. Wir investieren weiterhin in zusätzliche Unterstützung für unsere Mitarbeiter-Ressourcengruppen, indem wir Beratungs- und Coaching-Sitzungen für ERG-Leiter anbieten, solide Programmierungsbudgets bereitstellen und die Anzahl der globalen ERG-Kapitel erhöhen. Ein entscheidender Schritt für unser Unternehmen ist, dass jeder Bereich unseres Unternehmens jetzt über DEI-Leiter verfügt, die für die Umsetzung der DEI-Ziele des jeweiligen Teams verantwortlich sind.

Abschnitt I

# von Snap Die Strategie

# Wecke Empathie



# Empathie wecken

---

Wir bei Snap glauben, dass Empathie von zentraler Bedeutung ist, um die DEI-Ziele voranzutreiben. Wenn Menschen – insbesondere diejenigen in Mehrheitsgruppen – sich in die Lage der anderen versetzen, beginnen sie zu verstehen, warum DEI ein Problem ist, das von allen gelöst werden muss.

Wir haben aus erster Hand gesehen, wie Storytelling helfen kann, Empathie zu skalieren. Im Rahmen unserer unternehmensweiten Erzähl- und Gesprächsreihe The Big IDEA (Inclusion, Diversity, Equity and Awareness) erzählen Teammitglieder aller Ebenen offene, überzeugende und sehr persönliche Geschichten. In diesen mutigen Gesprächen geht es um Themen wie Rasse, Geschlechtsidentität, Klasse, sexuelle Orientierung und Behindertenstatus. Diese Gespräche haben den Menschen Raum gegeben, ihre Annahmen zu hinterfragen, ihre Perspektiven zu überdenken und ein besseres Verständnis zu erlangen.

Dieses Jahr werden wir noch mehr tun, um Empathie in der breiteren Snapchat-Community zu etablieren und zu stärken. Zum Beispiel werden wir weiterhin unsere unternehmensweite Ausrichtung auf die Augmented Reality nutzen, um Geschichten unterrepräsentierter Communitys zu erzählen. Neben der Aktivierung von Augmented Reality am Trafalgar Square in London haben wir mit Kugali Media und Kick it Out, einer führenden Fußballorganisation, die sich gegen Rassismus und Diskriminierung einsetzt, zusammengearbeitet, um AR-Statuen von vier großen schwarzen britischen Fußballern vor dem Wembley-Stadion zu schaffen.

**Dieses Jahr werden wir noch mehr tun. noch mehr tun und Empathie etablieren**

Wir haben auch mit dem Los Angeles County Museum of Art (LACMA) an zwei Projekten gearbeitet. Das eine, Monumental Perspectives, brachte Künstler und Snap Linsen-Kreatoren zusammen, um Augmented-Reality-Monumente zu schaffen, die Geschichte und Vertretung für Communitys in Los Angeles erkunden. Im zweiten Projekt haben wir die AR-Linse von Snap in die LACMA-Ausstellung „Black American Portraits“ integriert, um das Besuchererlebnis mit Kontext und Storytelling zu bereichern. In diesem Jahr werden wir auf diesen Bemühungen aufbauen, indem wir uns mit behinderten Künstlern zusammenschließen, um die Geschichte der Behindertenrechtsbewegung aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten.

## Zusätzliche Initiativen

### Aufbau eines inklusiven AR-Ökosystems

Um weiterhin eine Vorreiterrolle im Bereich AR einzunehmen, müssen wir eine Pipeline von unterrepräsentierten AR-Entwicklern aufbauen. Aber das ist noch nicht alles – wir müssen auch sicherstellen, dass sie Zugang zu Chancen haben, während eine ganz neue AR-Wirtschaft entsteht. Wir konzentrieren uns auf den Aufbau eines vielfältigeren AR-Ökosystems von Entwicklern, die mit Lens Studio arbeiten. Das Ziel ist die Verbesserung unserer eigenen Darstellung und der Entwicklung von Linsen, die unsere gesamte globale Community widerspiegeln. Um uns zu helfen, dieses Ziel zu erreichen, haben wir im Jahr 2021 das Programm der Snap Academy um die Snap Lens Academy in Zusammenarbeit mit dem LACMA erweitert. Die Snap Academies sind ehrgeizige Programme, die dazu beitragen sollen, schwarzen, indigenen und hispanischen/lateinamerikanischen Gemeinschaften und anderen Gruppen, die historisch von der Chancengleichheit im Technologiesektor ausgeschlossen waren, wie Frauen, Community-College-Studenten und Jugendlichen, die möglicherweise Obdachlosigkeit, Pflegefamilien oder das Jugendstrafrechtssystem erlebt haben, sinnvolle Karrieremöglichkeiten zu bieten. Die Snap Lens Academy ist ein achtwöchiges Bildungsprogramm mit einem individuellen Curriculum, das die Grundlagen der Erstellung von Augmented-Reality-Erlebnissen durch die Lens Studio Software von Snap vermittelt. Außerdem arbeiten Snap Originals Teammitglieder mit Gelehrten der Snap Academy zusammen, um jungen kreativen Talenten aus unterrepräsentierten Gemeinschaften zu vermitteln, wie sie Geschichten für mobile Plattformen erzählen können.



### Erweiterung des Zugriffs auf AR-Bildung

Darüber hinaus haben wir in Zusammenarbeit mit dem Camera Platform-Team von Snap und den Curriculum-Entwicklern von Next Shift Learning LLC die Reichweite unserer Augmented-Reality-Bildungsbemühungen durch ein Programm namens AR Linsen-Challenge erweitert. Die Challenge ist eine Lernerfahrung, bei der Schüler von Highschools und Community Colleges ihre eigenen Linsen mit [Lens Studio](https://lensstudio.snapchat.com/)<sup>7</sup> entwerfen und gestalten, indem sie eine Mischung aus selbstgesteuerten Modulen und Live-Workshops mit AR-Experten nutzen. Mit unserer Snap Lens Academy und unserer AR Linsen-Challenge sprechen wir virtuell Lernende an Highschools und Community Colleges an und verbessern den Zugang zu Augmented-Reality-Tools für Schüler aus sozial benachteiligten Communitys.

### Barrierefreie AR Linsen Erfahrungen

Unser Ziel ist es, Produkte zu entwickeln, die wirklich alle Snapchatter einbeziehen. Egal, wo du wohnst, welchen Hintergrund du hast, wie du aussiehst oder wie du kommunizierst, du solltest das Gefühl haben, dass unsere Produkte für dich gemacht sind – auch für Muttersprachler von Gebärdensprache.

<sup>7</sup> <https://lensstudio.snapchat.com/>





In diesem Frühjahr haben wir gemeinsam mit SignAll unsere Alphabetlinse für die amerikanische Gebärdensprache (ASL) auf den Markt gebracht. Diese nutzt eine Technologie, die ASL erkennt und übersetzt, um Snapchattern zu helfen, ihren Namen zu gebärden, das ASL-Alphabet zu lernen und vieles mehr. Diese neuen Funktionen wurden von den Deafengers entwickelt, einer Gruppe von gehörlosen und schwerhörigen Teammitgliedern bei Snap, die sich darauf konzentrieren, eine Umgebung zu schaffen, in der Menschen mit unterschiedlichen Kommunikationsstilen miteinander in Kontakt treten können.

#### **Entwickeln von Linsen mit unterschiedlichen Datensätzen**

Wir arbeiten weiter daran, unsere Linsen für alle Mitglieder der Community besser zu machen. Das beginnt mit der Nutzung verschiedener Schulungs- und Evaluierungsdatensätze in unseren Produkten für maschinelles Lernen (ML), die unsere Augmented-Reality-Erlebnisse unterstützen. Wir wollen, dass unser ML inklusiver wird – wir schulen

unsere Teammitglieder und geben ihnen Tools in die Hand, um inklusivere Datensätze zu erstellen und zu pflegen. Der anfängliche Fokus dieser Bemühungen liegt auf den Schnittstellen zwischen Hautfarbe, Alter und Geschlecht. Unser Plan ist es, dieses Programm schließlich auf alle unsere neuen und bestehenden ML-basierten Produkte auszuweiten.

#### **Umfassende Inhaltsprüfung**

Wir wollen sicherstellen, dass sowohl unsere Produkte als auch unsere Inhalte die Vielfalt der Snapchatter widerspiegeln, die wir ansprechen. Wir haben uns mit der Annenberg Inclusion Initiative zusammengetan, um eine Prüfung der Vielfalt der Inhalte auf unserer Entdecken-Plattform durchzuführen. Bei dieser Arbeit wird eine Kombination aus menschlichem und fortgeschrittenem ML verwendet, um die Quantität und Qualität der Darstellung verschiedener Identitätsgruppen auf dem Bildschirm zu verstehen. Wir nutzen die Ergebnisse dieser Prüfung als Grundlage für die künftige Programmplanung.

# Systeme neu gestalten





# Systeme neu gestalten

---

Wir konzentrieren uns weiterhin auf die Neugestaltung unserer Systeme für die Einstellung von Talenten, für die Produktentwicklung und die Unterstützung unseres Teams, damit Snap seinem Anspruch gerecht werden kann, vollkommen gerecht zu sein. Um erfolgreich zu sein, nehmen wir uns die Empfehlungen des ACT-Berichts zu Herzen, wonach alle Unternehmen „einen Geschäftsansatz für die Inklusion und einen integrativen Ansatz für das Unternehmen“ verfolgen müssen. DEI kann nicht separat erfolgen, sondern muss vollständig in den Geschäftsplan eines Unternehmens integriert sein.

Dies erreichen wir unter anderem dadurch, dass wir sicherstellen, dass alle unsere Teams – von der Technik bis zur Personalbeschaffung – DEI in ihre individuellen Strategien und Abläufe integrieren können. Das Lern- und Entwicklungsteam von Snap hat unser „3i“-[Framework](#) skaliert<sup>8</sup> indem es sie in jeden Teil des Talententwicklungszyklus integriert hat, vom Onboarding bis zur Entwicklung der Führungskräfte. Dieser praktikable und getestete Rahmen ist in drei Teile gegliedert: intern, zwischenmenschlich und institutionell. Jeder Bereich innerhalb des „3i-Frameworks“ soll einen Dominoeffekt bewirken: Die Teamleiter erkennen und reflektieren die Vorurteile und Privilegien und setzen dann das Bewusstsein in konkrete Maßnahmen und Verhaltensänderung um, was letztlich zu institutionellen Veränderungen führt.

Deshalb hoffen wir, unsere Content-Partner ermutigen zu können, ähnliche Repräsentationsziele

**Der institutionelle Wandel erfordert zudem die Neugestaltung des gesamten Ökosystems, in dem wir tätig sind.**

anzustreben, wie wir sie mit Snap Originals anstreben. So setzen wir uns beispielsweise dafür ein, dass unsere Produktionspartner von Snap Original Bewerbern aus traditionell unterrepräsentierten Gruppen – einschließlich Teilnehmern aus unterversorgten Gemeinden und/oder mit Behinderungen – Ausbildungsmöglichkeiten bieten. Wir wissen, wie schwierig es sein kann, in der Unterhaltungsindustrie Fuß zu fassen.

<sup>8</sup> [https://assets.ctfassets.net/ngit5gcrb661/14a1ddExUK6KlqtLymTg9h/d0e99afad5fa46c6ace96ca2e2362c81/Snap\\_3i\\_Framework\\_for\\_DEI.pdf](https://assets.ctfassets.net/ngit5gcrb661/14a1ddExUK6KlqtLymTg9h/d0e99afad5fa46c6ace96ca2e2362c81/Snap_3i_Framework_for_DEI.pdf)



Deshalb helfen wir Produktionsfirmen dabei, mit Hochschulen in Los Angeles in Kontakt zu treten, um ihnen dabei zu helfen, verschiedene Kandidaten für Produktionsassistenten zu finden. Diese können sie dann überprüfen, interviewen und für relevante Projekte engagieren (sowohl für Snap Originals als auch für andere Produktionen, die sie möglicherweise haben).

Wir wollen auch weiterhin unseren Teil dazu beitragen, talentierte Unternehmen im Besitz von Minderheiten zu unterstützen, die in die Branche vordringen. Im Dezember starteten wir unseren ersten Content Accelerator für unterrepräsentierte Gruppen, [523<sup>9</sup>](https://523.snap.com/) – benannt nach Snapchats erster Adresse am Ocean Front Walk 523 am Venice Beach. Unsere erste 523-Klasse konzentriert sich auf die Unterstützung kleiner Inhalts-/Medienunternehmen im Besitz von Minderheiten, denen traditionell Zugang und Ressourcen fehlen, insbesondere im Vergleich zu größeren Wettbewerbern und Herausgebern. Die Teilnehmer verbringen 6 Monate damit, Konzepte zu entwickeln und Inhalte für die Discover-Plattform von Snapchat zu produzieren. Sie erhalten einen speziellen Lehrplan, den Kontakt

mit Sponsoren, 1-zu-1-Mentoring und praktische Schulungssitzungen und zusätzlich 10.000 US-Dollar pro Monat für die Dauer des Programms.

---

## Zusätzliche Initiativen

### Neugestaltung unseres Produktentwicklungsprozesses für einen inklusiveren Ansatz unserer gesamten Community.

Im Rahmen unseres Teams für Produktinklusion, Made for Me, entwickeln wir neue Methoden zum Testen der Inklusivität von Funktionen, indem wir die Vielfalt der Tester und der Punkte, an denen wir testen, erhöhen. Diese Initiative fügt eine Komponente hinzu, die Produkte speziell mit Nutzern unterrepräsentierter Communitys testet, um zu verstehen, wie sie Produkte verwenden und was sie benötigen. Die gewonnenen Erkenntnisse helfen unserem Produktteam dabei, die Wahrnehmung, die Nutzung und die Auswirkungen einer neuen Produkterfahrung für marginalisierte Bevölkerungsgruppen besser zu verstehen – so können wir sicherstellen, dass wir nicht nur für unsere Community bauen, sondern mit ihr.

<sup>9</sup><https://523.snap.com/>

### **Neue Richtlinien für die Erstellung barrierefreier und integrativer Produkte**

Unsere integrativen Produktdesignprinzipien helfen unseren Entwicklungs- und Produktteams, von Anfang an Inklusivität in ihre Produktfunktionen zu integrieren. Wir haben auch Snap Interface Guidelines (SIG) erstellt, einen Styleguide, den unsere Designer und Ingenieure verwenden können, um ihre Produkte integrativer zu gestalten. SIG bietet einheitliche, standardisierte Bausteine, Tools und Code, die Teams einfach in ihre Produkte einfügen können. Eine unserer SIG-Prioritäten für dieses Jahr ist zum Beispiel die Bereitstellung von Farboptionen, die bereits für Farbenblinde angepasst sind. Diese sofort einsatzbereiten Tools – von Schriftarten bis hin zu Kamerakomponenten – haben Barrierefreiheit und Konsistenz bereits eingebaut. Designer und Ingenieure müssen das Rad nicht neu erfinden. Sie können diese Tools verwenden, um ihre Produkte schnell zu bauen und sicher zu sein, dass sie für unterschiedliche Nutzer zugänglich sind.

### **Investitionen in die Informatikausbildung für unterrepräsentierte Studenten**

Um unterrepräsentierten Talenten den Weg in die Technik zu ebnen, ruft der ACT-Bericht zu einer Koalition auf, um den akuten Mangel an Informatiklehrern zu beheben – insbesondere in unterrepräsentierten Communitys. Als Teil der Veröffentlichung des Berichts kündigte die Catalyze Tech-Koalition an, dass sie 20 Millionen US-Dollar – wobei Snap die Hälfte der Finanzierung bereitstellt – in vier pädagogischen Hochschulen investieren wird, um dazu beizutragen, die Zahl der Informatiklehrer (CS) in ganz Amerika zu erhöhen. Jedes dieser Engagements wird dazu beitragen, jährlich über 1.000 neue Pädagogen zu unterstützen, die das kollektive Potenzial haben, mehr als eine Million Schüler im Laufe ihrer Lehrkarriere zu beeinflussen.

### **Verbesserung der vielfältigen Angebote im Bereich der Mitarbeiter-Vorteile**

Alle Unternehmen können entscheiden, wo sie ihr Geld ausgeben. Wir bemühen uns, Anbieter auszuwählen, die unsere Werte teilen, ihren Communitys dienen, die Vielfalt unserer Teammitglieder widerspiegeln und Produkte anbieten, die auf die unterschiedlichen Bedürfnisse unserer Mitarbeiter abgestimmt sind. Wir nehmen uns die Zeit, eine Vielzahl von Anbietern zu befragen, um sicherzustellen, dass sie eine Reihe von Anforderungen in Bereichen wie Rasse, Geschlecht, sexuelle Orientierung und Barrierefreiheit erfüllen. Durch diesen Prozess konnten wir schwarzen, indigenen, hispanischen/lateinamerikanischen, asiatischen und von Frauen gegründeten Leistungsanbietern kostenlose Mitgliedschaften anbieten, z. B. bei Northstar Money, das unseren Teammitgliedern einen ganzheitlichen Ansatz für finanzielles Wohlergehen bietet; Fairfax Training Club, ein führendes Unternehmen im Gesundheits- und Wellnessbereich; Helpr, das Familien hochwertige Unterstützung für zu pflegende Angehörige bietet; und Carrot Fertility, das unseren Teammitgliedern und ihren Angehörigen globale Unterstützung bei der Familiengründung bietet.

# Verantwortlich- keit fördern



# Verantwortlichkeit fördern

---

Allzu oft wird die Rechenschaftspflicht als ein Mechanismus zur Einhaltung von Vorschriften betrachtet, was ein negatives Verständnis von DEI fördern kann. Bei Snap sehen wir in der DEI so viel mehr als nur die Einhaltung von Vorschriften. Es überbrückt stattdessen die Kluft zwischen den intrinsisch und extrinsisch motivierten Personen. Mit anderen Worten: Wir können uns nicht ausschließlich auf Personen verlassen, die sich für DEI begeistern (intrinsisch motiviert).

Abgesehen von der Leidenschaft brauchen wir eine Strategie, Tools, Fachwissen und Messgrößen, um Fortschritte zu erzielen. Wir brauchen eine solide Rechenschaftspflicht, um extrinsisch motivierte Teammitglieder zu unterstützen. Doch der Paradigmenwechsel, der erforderlich ist, um der Gerechtigkeit Priorität einzuräumen, braucht Zeit, um sich zu verankern und Wurzeln zu schlagen. Wir eröffnen allen Teammitgliedern weiterhin neue Kanäle, Instrumente und Möglichkeiten, um DEI voranzutreiben.

Wir wissen, dass die datenbasierte Entscheidungsfindung ein Eckpfeiler einer erfolgreichen Verantwortungsstrategie ist. In Anlehnung an den ACT-Bericht haben wir unsere eigenen DEI-Daten und Berichterstattungsmechanismen gestärkt, um den Führungskräften den Zugang zu Personendaten zu erleichtern. Außerdem haben wir unsere Self-ID Umfrage auf Australien und Kanada ausgeweitet und die Rücklaufquote der Selbstauskunft insgesamt von 75 % auf 86 % erhöht. Die Self-ID-Umfrage von

Snap liefert uns einen inklusiven und reichhaltigen Datensatz, der Einblicke in die nicht-binäre Geschlechtsidentität, Behinderungen, den Status als Student in erster Generation und die gesprochenen Sprachen bietet.

**Die Daten werden verwendet,  
um Inklusionsprogramme  
zu entwickeln, die die  
Chancengleichheit am  
Arbeitsplatz fördern können.**

Diese Dateneinblicke werden vierteljährlich mit den Führungskräften eingehend überprüft und durch monatliche DEI-OKR-Besprechungen mit DEI-Leitern aus allen Geschäftsbereichen ergänzt.



Eine größere Verantwortlichkeit innerhalb der einzelnen Unternehmen sollte auch durch neue Formen der branchenweiten Verantwortlichkeit beschleunigt werden. Aus diesem Grund schafft der [ACT-Bericht](#)<sup>10</sup> eine neue industrielle Einheit für die teilnehmenden Unternehmen.

Um sicherzustellen, dass die Ergebnisse des ACT-Berichts ein breites Publikum erreichen, veranstaltete Snap am 3. November 2021 den ersten [DEI-Innovationsgipfel](#)<sup>11</sup>. Dabei kamen Geschäftsführer und Führungskräfte von Unternehmen, DEI-Experten und Befürworter zusammen, um zu erörtern, wie man als Branche die Empfehlungen des ACT-Berichts in die Tat umsetzen können. Zu dem Gipfel kamen über 20.000 Zuschauer, 19 Unternehmen und 32 Referenten. Wie die anderen Technologieunternehmen, die den ACT-Bericht unterzeichnet haben, wissen auch wir, dass wir viel zu tun haben, um alle [wichtigen Empfehlungen](#)<sup>12</sup> des Berichts umzusetzen.



## Erstellen eines branchenweiten DEI-Rechnungslegungsrahmens: TEAM

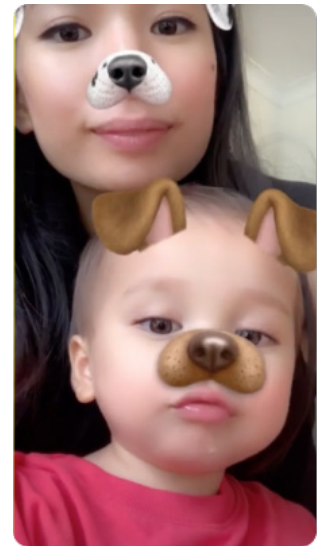
Wir bei Snap sind der Meinung, dass die Einführung branchenweiter DEI-Standards für Verantwortlichkeit und Transparenz in der Tech-Industrie überfällig ist. Aus diesem Grund haben wir die Koalition einberufen, die den [ACT-Bericht](#) veröffentlicht hat, und unterstützen jetzt die Schaffung des [Tech Equity Accountability Mechanism \(TEAM\)](#)<sup>13</sup>. TEAM sammelt und entwickelt Branchenstandards für intersektionale DEI-Daten. Dadurch werden erstmals direkte Vergleiche zwischen Technologieunternehmen möglich, um Lücken in der personellen Vielfalt wirklich zu diagnostizieren und Möglichkeiten für kollektive und systemische branchenweite Veränderungen zu ermitteln. Neben der Festlegung von Industriestandards für die DEI-Berichterstattung wird TEAM auch die Fortschritte der Industrie bei der Erreichung der DEI-Ziele messen, Experimente zur Förderung von Innovationen im Bereich DEI durchführen und eine vielfältige und inklusive technische Belegschaft unterstützen.

<sup>10</sup> <https://actreport.com/>

<sup>11</sup> <https://actreport.com/dei-innovation-summit-2021/>

<sup>12</sup> <https://actreport.com/recommendations/>

<sup>13</sup> <https://actreport.com/wp-content/uploads/2021/11/The-ACT-Report.pdf#page=133>



## Zusätzliche Initiativen

### Neues Snap Agile Programm zur Unterstützung von Teammitgliedern

Das Leben ist auch für unsere Teammitglieder manchmal unvorhersehbar. Deshalb müssen sie in der Lage sein, unbesorgt der Arbeit fernzubleiben – vom Erziehungsurlaub bis zum krankheitsbedingten Ausfall. Allzu oft werden Arbeitnehmer, insbesondere Frauen, durch die Angst, für eine Auszeit von der Arbeit implizit bestraft zu werden, gebremst. Das ist einer der Gründe, warum die North America Advertising Sales Organization von Snap ein Snap Agile Team entwickelt hat, das einen innovativen Ansatz zur Weiterbeschäftigung von Teammitgliedern bietet, die eine genehmigte Auszeit nehmen. Wenn ein Mitglied des US-Teams eine Auszeit nimmt, wird sein Geschäftsbereich durch einen Pool von Teammitgliedern abgedeckt. Diese Initiative unterstützt nicht nur das Kundengeschäft, sondern trägt auch zur Bindung von Talenten bei, da sich die Mitarbeiter wohlfühlen, wenn sie Urlaub nehmen, weil sie wissen, dass ihre Kunden während ihrer Abwesenheit weiterhin betreut werden.

### Unsere Initiative zur Lieferantenvielfalt

Letztes Jahr haben wir uns das Ziel gesetzt, unsere Ausgaben mit unterrepräsentierten Lieferanten bis 2023 zu verdoppeln, und 2021 haben wir dieses Ziel bereits übertroffen. Zunächst haben wir unser System so umgestaltet, dass Lieferanten sich freiwillig als Unternehmen im Besitz von Minderheiten ausweisen können. Außerdem haben wir unseren Lieferantenanfragen einen Fragebogen hinzugefügt, in dem um die freiwillige Offenlegung der demografischen Daten des Lieferanten gebeten wird. Durch diesen Prozess konnten wir bestätigen, dass wir bereits eine große Anzahl von unterrepräsentierten Lieferanten an Bord hatten. In unserem gesamten Unternehmen haben wir daran gearbeitet, weitere unterschiedliche Lieferanten zu identifizieren und an Bord zu holen, und unser ursprüngliches Ausgabenziel ein Jahr früher als geplant um über 8 Millionen US-Dollar übertroffen. Aus diesem Grund haben wir uns verpflichtet, unsere Ausgaben für diverse Lieferanten bis 2025 erneut auf 30 Millionen US-Dollar zu verdoppeln. Im Rahmen unseres Branchen-Benchmarking prüfen wir auch eine globale Ausweitung von Initiativen zur Lieferantenvielfalt, die später in diesem Jahr in Großbritannien beginnen wird.

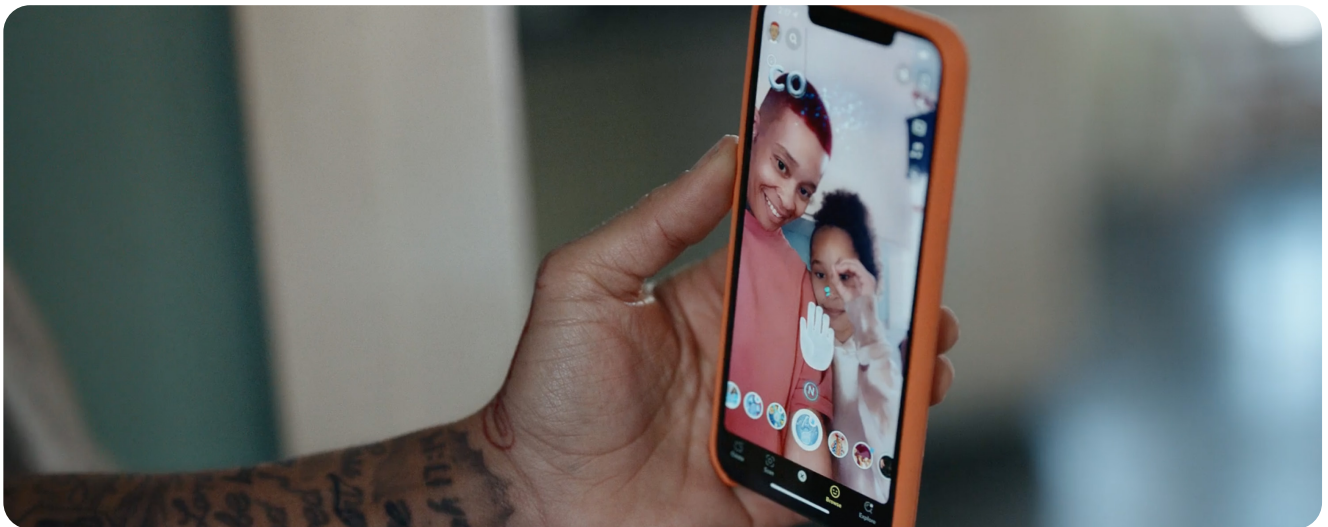
### Unterstützung verschiedener Marketinganbieter

Im Einklang mit unserem größeren unternehmensweiten Fokus auf die Erhöhung der Vielfalt unserer Anbieter weist unser Marketingteam mindestens 15 % des Budgets für digitale Medienmarken in den USA BIPOC-eigenen Verlagen oder Medienschaffenden zu. Wir haben uns auch darauf konzentriert, die Vielfalt der Talente vor und hinter der Kamera für unsere Videoproduktionen zu erhöhen, unter anderem durch die Partnerschaft mit einer Talententdeckungsplattform, die dazu beiträgt, unterrepräsentierte YouTuber zu unterstützen. Im Jahr 2021 wurden fast 75 % unserer Marketingproduktionen von unterrepräsentierten Talenten geleitet, und wir hoffen, im kommenden Jahr darauf aufbauen zu können.

### Erhöhung unserer Leistungen für Eltern und Betreuer während der Pandemie

Als die Pandemie bis ins Jahr 2021 andauerte, bauten wir unsere Leistungen weiter aus, um den Teammitgliedern so viel Unterstützung wie möglich

zu bieten. Wir haben die Anzahl der verfügbaren Stunden für die Notfallbetreuung von Kindern durch Helpr von 80 auf 120 Stunden aufgestockt. Wir haben außerdem einen neuen Concierge Service für Bildungseinrichtungen eingerichtet, um Eltern bei der Suche nach Kinderbetreuungs- und Schulangeboten vor Ort zu helfen, die den sich ständig ändernden Bedürfnissen entsprechen. Und wir haben unsere am meisten genutzte Gesundheitsleistung, den Anbieter für psychische Gesundheit Lyra, von 16 auf 25 kostenlose Sitzungen pro Familienmitglied erweitert und ihn in unseren medizinischen Plan als Leistungserbringer integriert.





Eine andere wichtige Art, wie wir uns selbst verantwortlich halten, ist durch unsere ERGs. Die Führungskräfte der ERG werden eingeladen, sich mit unserem CEO und der C-Suite vierteljährlich zu treffen, um die für sie wichtigsten Themen anzusprechen.

**Unsere Arbeitnehmervertretungen (ERGs) werden von Mitgliedern der Snap Inc.-Familie ins Leben gerufen und geleitet. Sie ermöglichen es uns, ein gemeinsames Ziel zu verfolgen, Aufmerksamkeit zu erregen, Fürsprache zu fördern und unseren Rekrutierungsansatz zu verfeinern.**

**SnapAbility** bringt eine Gemeinschaft von Menschen, die sich als Menschen mit Behinderungen identifizieren und Verbündete/Erziehungsberechtigte/Befürworter zusammen. Unser Ziel ist es, Empathie, Respekt und Freundlichkeit im Umgang mit geistigen und körperlichen Behinderungen und unterschiedlichen körperlichen Unterschieden zu fördern und in der Gemeinschaft Unterstützung zu leisten, um uns gegenseitig durch unsere Fähigkeiten zu stärken. Wir möchten auch unseren Benutzern Empathie entgegenbringen, indem wir darauf achten, wie unsere Produkte für Menschen aus allen Lebensbereichen zugänglich sind.

**SnapAsia** ist eine Gemeinschaft für Menschen aus asiatischen Ländern und den pazifischen Inseln, die ihre Erfahrungen und Herausforderungen teilen, das asiatische Erbe repräsentieren, kulturelles Verständnis fördern, ein authentisches Zugehörigkeitsgefühl genießen und unsere Mitglieder motivieren, sich persönlich und beruflich hier bei Snap weiterzuentwickeln.

**SnapFamilia** feiert die Vielfalt von Perspektiven und gelebten Erfahrungen in den hispanischen- und Latinx/é-Communitys. Wir arbeiten daran,

die Sichtbarkeit und die Förderung unserer Community im Unternehmensumfeld von Snap zu erhöhen und Partnerschaften mit externen Organisationen zu fördern, die unserem global verteilten Team dienen und die Unternehmensziele von Snap vorantreiben. Wir versuchen, Snap zu einem Ort zu machen, an dem sich die Hispanic/Latinx/é Mitarbeiter zugehörig fühlen, und unsere Mitglieder befähigen, sich für einen kulturellen Wandel in der Tech-Branche insgesamt einzusetzen.

**SnapKaleidoscope** möchte Mitarbeitern in Büros außerhalb von LA die Möglichkeit geben, eine Basis für Vielfalt und Integration zu schaffen, die einzigartig für ihre lokale Bürokultur ist.

**SnapNoir** bringt die afrikanische Diaspora und Verbündete bei Snap zusammen, um eine Gemeinschaft der Verbundenheit und einen sicheren Raum zu schaffen. Es soll ein Forum zur Förderung des kulturellen Verständnisses, der Vielfalt und des sozialen Einflusses für Menschen der afrikanischen Diaspora bei Snap und in der Gemeinschaft bieten.

**SnapParents** unterstützt und berät alle Eltern und Betreuer, fördert die Vereinbarkeit von Arbeit und Privatleben und die Selbstfürsorge und stellt die besonderen Herausforderungen für berufstätige Eltern heraus.

**SnapPride** feiert die Vielfalt der Geschlechtsidentität, des Geschlechtsausdrucks, der Sexualität und der sexuellen Identität. Wir bieten eine Gemeinschaft für Teammitglieder, die jede Art von LGBTQIA2S+-Erfahrung leben, und wir begrüßen unterstützende Verbündete. Unser Ziel ist es, die LGBTQIA2S+-Identität in den Mittelpunkt zu stellen, Trans- und QBIPOC-Stimmen zu erheben und das Verständnis und das Bewusstsein durch queer-zentrierte Initiativen zu erhöhen.

**SnapShalom** ist ein Raum für jüdische Teammitglieder bei Snapchat, um zusammenzukommen, das jüdische Erbe zu feiern und die interne Gemeinschaft zu unterstützen und sich für sie einzusetzen - mithilfe von Snap Produkten und in der größeren Gemeinschaft.

**SnapSWANA** vereint seine Mitglieder in einer professionellen Gemeinschaft – unabhängig von religiöser oder politischer Überzeugung – um

die soziale und moralische Kultur Südwestasiens und Nordafrikas zu fördern, sich gegenseitig zu beruflichem und intellektuellem Wachstum anzuregen und von der breiteren südwestasiatischen und nordafrikanischen Gemeinschaft zu lernen und ihr zu dienen, damit wir den menschlichen Fortschritt durch Snapchat auf eine integrative und ermächtigende Weise vorantreiben können.

**SnapVets** engagiert sich aktiv für unsere stolze globale Community von Militärveteranen, Reservisten, Familienmitgliedern und Verbündeten, die sich gegenseitig durch gemeinsame Erfahrungen, freiwillige Aktivitäten, Rekrutierungsveranstaltungen, berufliche Entwicklungsmöglichkeiten und langfristige Bindung unterstützen und fördern. Wir hoffen, dass wir durch die Arbeit unserer ERG unseren hohen Stellenwert der Dienstleistung beibehalten und das Snap Team positiv repräsentieren können.

**SnapWomen** unterstützt, befähigt und fördert Frauen bei Snap. Das bedeutet, dass wir Workshops veranstalten, uns an Frauen in Not wenden und die Snap-Gemeinschaft zusammenbringen, um Fragen zu erörtern, mit denen Frauen heute konfrontiert sind.



# Schlussfolgerung

---

Bei Snap verpflichten wir uns, Vielfalt, Gleichheit und Inklusion in alles, was wir tun, einzubauen – von den Personen, die wir einstellen, und der Art und Weise, wie wir unser Team unterstützen, über die Produkte und Technologien, die wir entwickeln, bis hin zu den Inhalten, die wir verbreiten, und den Partnern, mit denen wir zusammenarbeiten. In den letzten Jahren haben wir eine Menge darüber gelernt, was funktioniert und was nicht. Wir haben öffentliche DEI-Ziele gesetzt, um die Empathie zu steigern und die Verantwortlichkeit in unserem Unternehmen zu fördern.

Während wir zwar wichtige Fortschritte gemacht haben, müssen wir so viel mehr tun, um ein vielfältiges Team aufzubauen, das die Communitys, denen wir dienen, voll repräsentiert. Unsere oberste Priorität ist es, eine Kultur zu schaffen, in der sich jeder zugehörig fühlt und die gleichen Chancen hat, sich zu entfalten. Es besteht kein Zweifel daran, dass die Zahlen bezüglich der Zusammensetzung unserer Belegschaft heute unzureichend sind. Aber wir werden nicht aufhören, bis wir unser Versprechen und unsere Ambitionen in Bezug auf DEI eingelöst haben. Wir wissen aus tiefstem Herzen, dass der Aufbau eines integrativeren Unternehmens nicht nur das Richtige, sondern langfristig auch der einzige Weg für den Erfolg unseres Unternehmens ist.

Abschnitt II

# von Snap Daten

# Topline-Daten

---

## Vertretung

- Insgesamt ist der Anteil der Frauen bei Snap von 32,8 % auf 34,9 % gestiegen.
- Der Anteil der Farbigen ist leicht angestiegen, von 4,9 % auf 5,2 %.
- Der Anteil aus der Region Naher Osten/Nordafrika/Arabien hat sich ebenfalls geringfügig erhöht, von 2,4 % auf 2,6 %.
- Der Anteil der Personen bei Snap mit gemischtrassigem oder indigenem Hintergrund bei Snap blieb mit 5,3 % bzw. 0,2 % gleich.
- Der Anteil der Weißen ging von 46,6 % auf 42,3 % zurück.

## Vorreiterrolle

- Wir haben einen Anstieg um 2,5 Prozentpunkte bei der Gruppe der asiatischen Männer in der Position des Director+ festgestellt.
- Auch der Anteil der Männer aus dem Nahen Osten/Nordafrika/Arabien in Director+-Positionen ist um 1,1 Prozentpunkte gestiegen.
- Der Anteil der Frauen in der Position als Director+ stieg in diesem Jahr von 26,3 % auf 26,5 %.
- Die Anteil Farbiger bei den Positionen Director+ ist von 3 % auf 2,1 % zurückgegangen.

## Technische Rollen

- Der Anteil der Frauen in Positionen als Tech People Manager ist um 2 Prozentpunkte gestiegen.
- Der Anteil von Männern in der Position Tech Director+ stieg um 2,1 Prozentpunkten.
- Der Anteil der schwarzen Frauen in der Position Tech Director+ ging auf 0 % zurück.
- Der Anteil der asiatische, hispanisch/lateinamerikanische und gemischtrassige Frauen bleiben bei 0 % in Positionen als Tech Director+.

## Nicht-technische Rollen

- 20,4 % der Beschäftigten in der Non-Tech-Industrie gehören der Gruppe der Schwarzen, Hispanics/Latinx oder Indigenen an.
- Der Anteil von Frauen in der Position als Non-Tech People Manager stieg um 4,6 Prozentpunkte auf 50,6 %.
- Auf der Ebene „Director+“ stieg der Anteil von Frauen in Non-Tech-Positionen auf 32,5 %.
- Die indigene Vertretung in der Position des Non-Tech Director+ ging von 1,1 % auf 1 % zurück.
- Der Anteil indigener oder nahöstlicher/nordafrikanischer/arabischer Bevölkerungsgruppen in Non-Tech VP+-Positionen liegt weiterhin bei 0 %.

## Einstellung

- Die Anzahl der Neueinstellungen von Frauen stieg um 5,4 Prozentpunkten auf 38,9 %.
- Die Einstellung asiatischer Teammitglieder stieg um 4 PP auf 41,4 %.
- Die Einstellung von Hispanic-/Latinx-Teammitgliedern stieg von 6,2 % auf 9 %.
- Die Einstellung von schwarzen Teammitgliedern ging von 9,2 % auf 6,6 % zurück.

## Arbeitskräfteabwanderung

- Die Abwanderungsrate bei Männern ist geringer als bei Frauen und nicht-binären Teammitgliedern.
- Die Fluktuationsrate von Frauen bei Snap ist im Vergleich zum Vorjahr gestiegen, was in erster Linie auf einen Anstieg der Fluktuation von Frauen in nichttechnischen Positionen zurückzuführen ist.
- Teammitglieder in Non-Tech Positionen wandern häufiger ab als solche in Tech-Positionen.

## Hinweise zu den Daten

**Hochschulabsolventen in erster Generation:** eine Person, die als erste in ihrer Familie eine 3- oder 4-jährige Hochschule/Universität abschließt. Dabei haben wir das Bildungsniveau einer Person mit dem höchsten Bildungsniveau ihrer Eltern/Erziehungsberechtigten verglichen.

**Geschlecht:** Alle geschlechtsspezifischen Daten sind global, sofern nicht anders angegeben. Wir verwenden Antworten der DEI Self-ID-Umfrage, ergänzt durch die Daten der Regulierungsbehörden, in den Fällen, in denen die Teammitglieder die DEI-Self-ID-Umfrage nicht ausgefüllt haben.

**Historische Daten:** Die historischen Daten in diesem Bericht können im Vergleich zu früheren Berichten Änderungen aufweisen, da wir unseren Teammitgliedern erlauben, ihre Self-ID-Daten 365 Tage im Jahr zu aktualisieren. Der Bericht von Snap für 2021 spiegelt die Self-ID-Daten bis 31.12.2020 wider.

**Hispanic/Latinx:** In diesem Bericht verwenden wir den Begriff Hispanic/Latinx sowohl für Gemeinschaften mit spanischsprachigem Ursprung (Hispanic) als auch für alle Personen lateinamerikanischer Herkunft, einschließlich Gruppen, die nicht zu den Hispanics gehören (Latinx). Dieser Begriff ist auch der geschlechtsneutralste, obwohl wir auch die Option Latino/a/e anerkennen.

**Militärische Organisation:** jede militärische Organisation, unabhängig vom geografischen Standort.

**Mehrere Rassen:** eine Person, die sich im Allgemeinen mit mehr als einer Rasse und/oder ethnischen Gruppe identifiziert. Wir bitten Teammitglieder, die sich als „Mehrere Rassen“ identifiziert haben, die zutreffenden Rassen auszuwählen.

**Nicht-binär:** ein Oberbegriff zur Beschreibung der Geschlechtsidentität von Personen, die sich nicht ausschließlich als Mann oder Frau identifizieren. Nicht-binäre Personen können sich sowohl als Mann als auch als Frau identifizieren, irgendwo dazwischen oder als völlig außerhalb dieser Kategorien stehend. Nicht-binär kann auch als Oberbegriff verwendet werden, der Identitäten wie agender, bigender, genderqueer oder genderfluid umfasst.

**Non-Tech:** wird auf der Ebene des einzelnen Teammitglieds auf der Grundlage der spezifischen Merkmale seiner Tätigkeit definiert und umfasst Teammitglieder in allen Organisationen, die nicht in die hier definierte Tech-Kategorie fallen. Zu den nichttechnischen Rollen gehören zum Beispiel die Assistenten der Geschäftsführung in der technischen Abteilung.

**People Manager:** Teammitglieder, die einen oder mehrere direkte unterstellte Mitarbeiter haben. Zu den direkt unterstellten Mitarbeitern gehören Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigte, jedoch keine Zeitarbeitskräfte.

**Rasse/ethnische Zugehörigkeit:** Alle Daten zu Rasse/ethnischer Zugehörigkeit beziehen sich nur auf die USA, sofern nicht anders angegeben. Wir verwenden Antworten der DEI Self-ID-Umfrage, ergänzt durch die Daten der Regulierungsbehörden, in den Fällen, in denen die Teammitglieder die DEI-Self-ID-Umfrage nicht ausgefüllt haben. Zu den direkt unterstellten Mitarbeitern gehören Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigte, jedoch keine Arbeitszeitkräfte. Wenn eine Person beispielsweise normalerweise „Mehrere Rassen“ auswählt, sich aber hauptsächlich mit einer Gruppe gegenüber einer anderen identifiziert (z. B. Schwarze oder Asiaten), kann sie diese bestimmte Gruppe auswählen. Wir sind vor 2 Jahren zu dieser neuen Methodik übergegangen, um die gelebte Erfahrung unserer Teammitglieder genauer widerzuspiegeln (jemand, der sich technisch mit mehreren Rassen identifiziert, sich aber als Schwarz präsentiert, kann dem gleichen systemischen Rassismus ausgesetzt sein wie jemand, der sich nur als Schwarz identifiziert).

**Regulatorische Daten:** Daten, die zum Zweck der staatlichen Berichterstattung erhoben werden.

**Tech:** wird auf der Ebene der einzelnen Teammitglieder auf der Grundlage der spezifischen Merkmale ihrer Tätigkeit definiert und umfasst Teammitglieder in allen Organisationen, die technische Produkte oder Prozesse verwalten, Systeme oder Software entwickeln, an der Entwicklung von Produkten oder Werkzeugen arbeiten oder in ihrer Funktion einen spezialisierten technischen Hintergrund benötigen und nutzen. Zu den technischen Positionen gehören u. a. Softwareingenieure, Produktdesigner und Forscher.

**Nicht deklariert:** Teammitglieder, für die wir keine Angaben zum Geschlecht haben.

**Unterrepräsentierte rassische Gruppen in den USA:** Wir verwenden in diesem Bericht den Begriff Unterrepräsentation, sind uns aber bewusst, dass er an verschiedenen Orten eine andere Bedeutung hat. In diesem Bericht definieren wir „unterrepräsentierte ethnische Gruppen in den USA“ als Schwarze, Hispanic/Latinx, Indigene, Menschen aus dem Nahen Osten/Nordafrika/ Arabien und Menschen mehrerer Rassen.



# Die Personaldaten von Snap

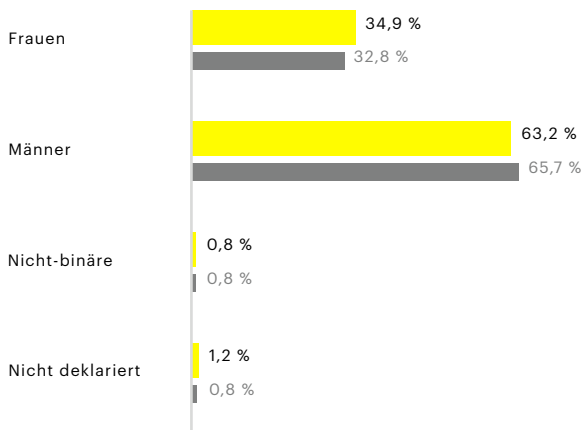
Es ist das zweite Jahr, in dem Snap eine neue Methodik anwendet, die die DEI-Selbstauskunft als primäre Datenquelle nutzt. Diese wird durch regulatorische Daten ergänzt, wenn die Daten der DEI Self-ID-Umfrage nicht verfügbar sind. Da wir eine Kombination aus diesen beiden Datenquellen verwenden, stimmen die Daten, über die wir im DAR berichten, nicht direkt mit unserem regulatorischen Datensatz überein.

Die DEI Self-ID-Umfrage von Snap erlaubt es Teammitgliedern beispielsweise, sich als nicht-binär, aus dem Nahen Osten oder indigen zu identifizieren, während dies bei den regulatorischen Daten nicht der Fall ist.

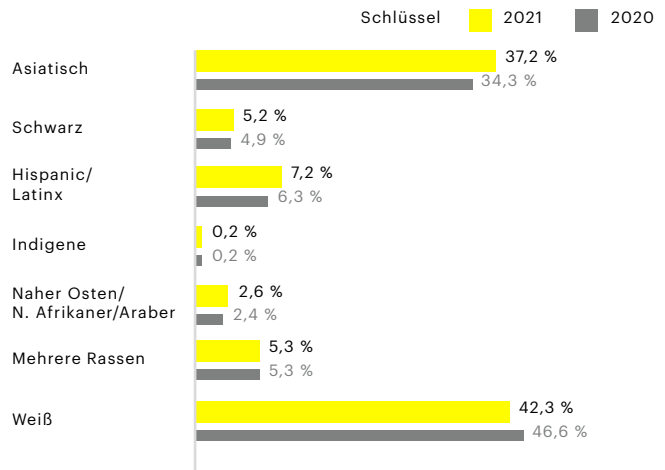
Wir nutzen diese Methodik, um ein ganzheitlicheres Verständnis der bei Snap vertretenen Identitäten zu gewinnen. Diese Daten bilden die Grundlage für unsere Strategie zur Förderung der Inklusion und der Chancengleichheit am Arbeitsplatz.

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.

## Geschlecht (Global)



## Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



## Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

		Asiatisch	Schwarz	Hispanic/Latinx	Indigene	Naher Osten/ Nordafrikaner/ Araber	Mehrere Rassen	Weiß
Frauen	2021	11,6 %	2,3 %	2,7 %	0,1 %	1,0 %	2,2 %	15,8 %
	2020	9,7 %	2,0 %	2,3 %	0,1 %	0,8 %	2,2 %	16,9 %
Männer	2021	25,4 %	2,8 %	4,4 %	0,2 %	1,7 %	2,9 %	26,1 %
	2020	24,4 %	2,8 %	4,1 %	0,1 %	1,6 %	3,1 %	29,2 %
Nicht-binäre	2021	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %		<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %
	2020	<1,0 %	<1,0 %			<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %

In allen Diagrammen und intersektionellen Tabellen im Datenteil, in denen eine Gruppe nicht aufgeführt ist, ist der Anteil für diese Gruppe gleich null. 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.

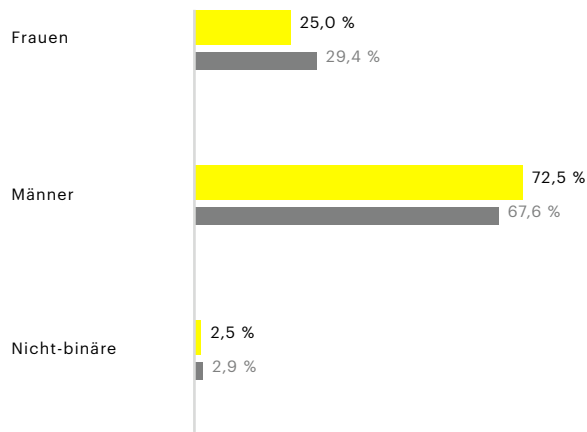


# Anteil der intersektionellen Führungskräfte

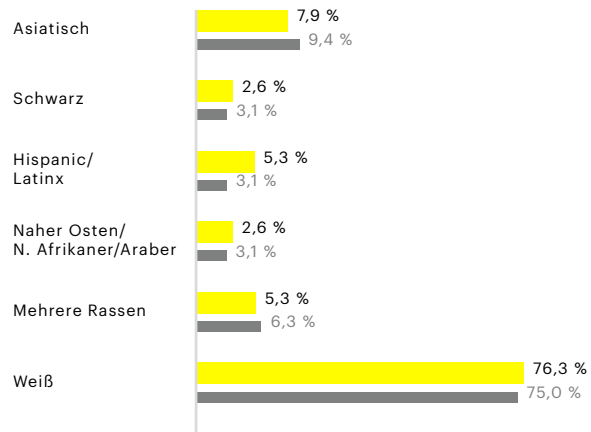
## Vizepräsident+

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



### Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

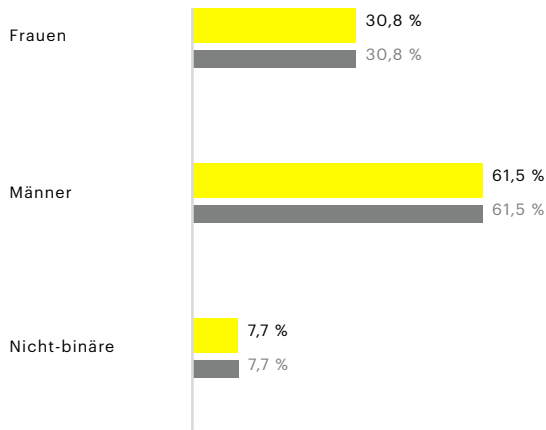
	Jahr	Asiatisch	Schwarz	Hispanic/Latinx	Naher Osten/ Nordafrikaner/ Araber	Mehrere Rassen	Weiß
Frauen	2021	5,3 %		2,6 %		2,6 %	13,2 %
	2020	6,3 %				3,1 %	18,8 %
Männer	2021	2,6 %	2,6 %	2,6 %	2,6 %	2,6 %	60,5 %
	2020	3,1 %	3,1 %	3,1 %	3,1 %	3,1 %	53,1 %
Nicht-binäre	2021						2,6 %
	2020						3,1 %

# Anteil der Führungskräfte

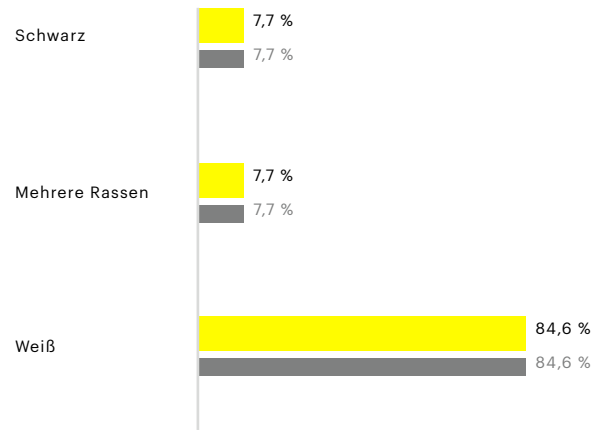
## Führungskraft

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)

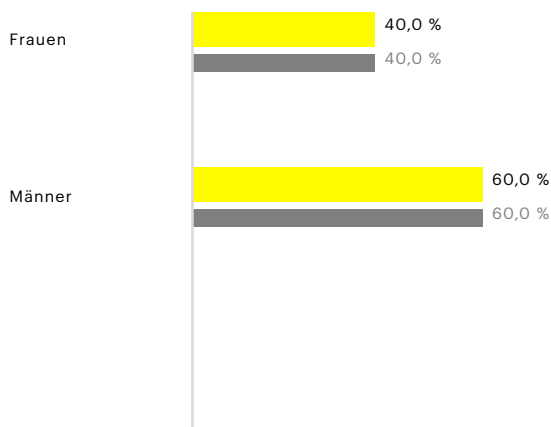


### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

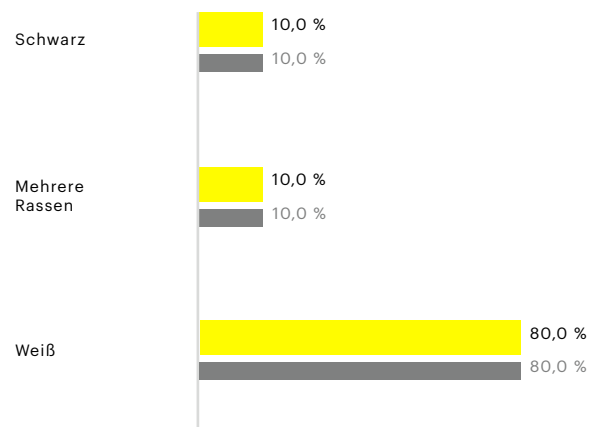


## Vorstand

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

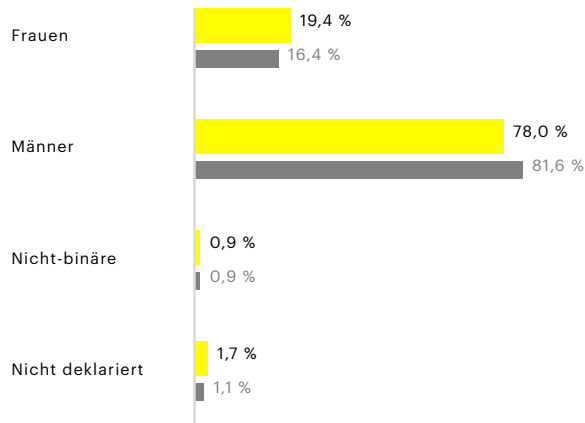


# Intersektioneller Anteil | unternehmensweit

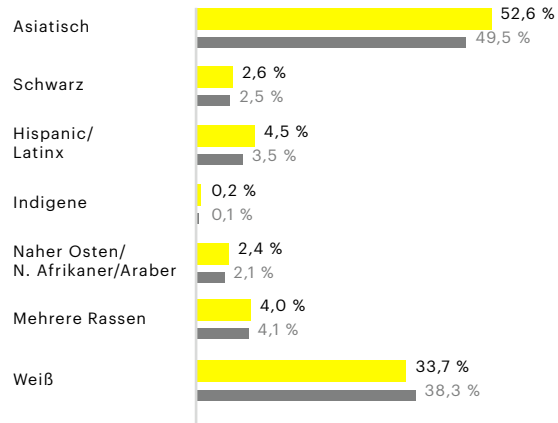
## Tech

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



### Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

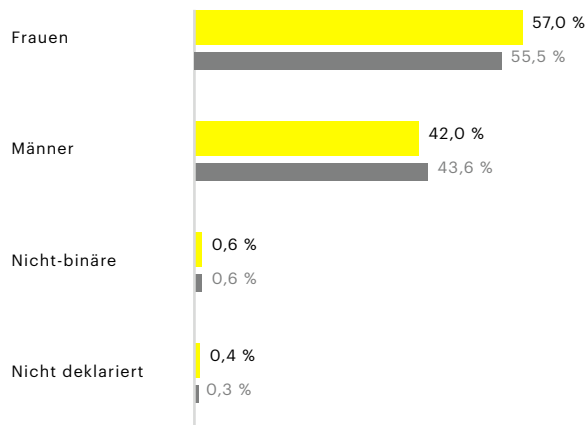
		Asiatisch	Schwarz	Hispanic/Latinx	Indigene	Naher Osten/ Nordafrikaner/ Araber	Mehrere Rassen	Weiß
		Frauen	2021	13,0 %	0,6 %	0,9 %		0,4 %
	2020	10,4 %	0,6 %	0,6 %		0,1 %	0,7 %	4,1 %
Männer	2021	39,3 %	2,0 %	3,5 %	0,2 %	2,0 %	3,1 %	29,0 %
	2020	38,7 %	1,9 %	2,8 %	0,1 %	2,0 %	3,3 %	33,6 %
Nicht-binäre	2021	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %			<1,0 %	<1,0 %
	2020	<1,0 %					<1,0 %	<1,0 %

# Intersektioneller Anteil | unternehmensweit

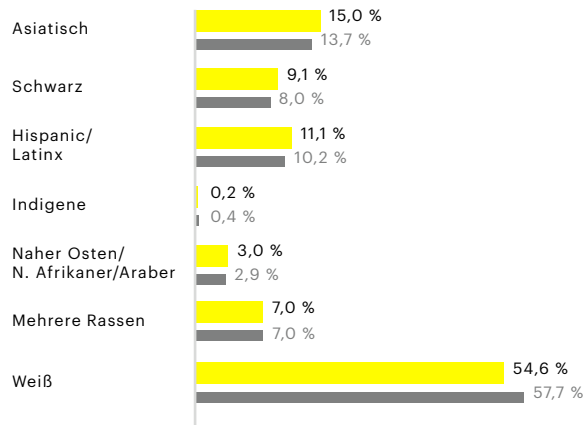
## Non-Tech

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



### Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

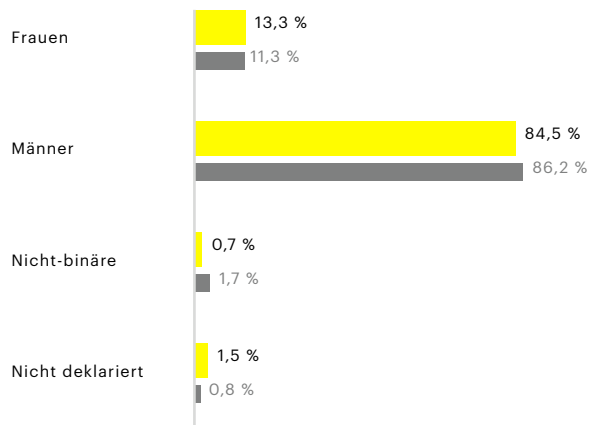
		Asiatisch	Schwarz	Hispanic/Latinx	Indigene	Naher Osten/ Nordafrikaner/ Araber	Mehrere Rassen	Weiß
		Frauen	2021	9,6 %	4,9 %	5,4 %	0,1 %	1,8 %
	2020	8,7 %	3,8 %	4,5 %	0,2 %	1,7 %	4,2 %	34,1 %
Männer	2021	5,3 %	4,1 %	5,7 %	0,1 %	1,1 %	2,7 %	21,8 %
	2020	5,0 %	4,1 %	5,7 %	0,2 %	1,2 %	2,7 %	23,3 %
Nicht-binäre	2021	<1,0 %	<1,0 %			<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %
	2020	<1,0 %	<1,0 %			<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %

# Intersektioneller Anteil | People Manager

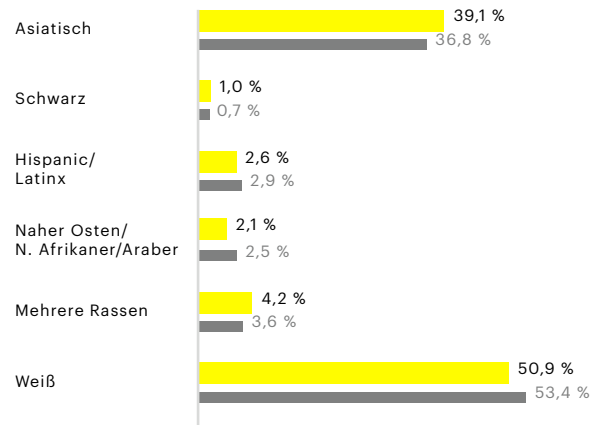
## Tech

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



### Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

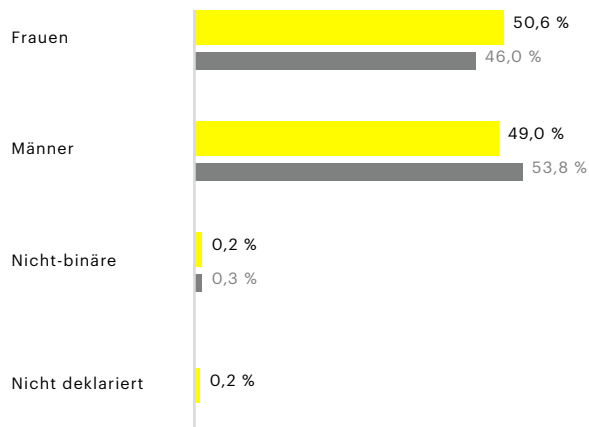
		Asiatisch	Schwarz	Hispanic/Latinx	Naher Osten/ Nordafrikaner/ Araber	Mehrere Rassen	Weiß
Frauen	2021	5,5 %	0,3 %		0,3 %	0,5 %	6,3 %
	2020	4,7 %			0,4 %		5,8 %
Männer	2021	33,3 %	0,8 %	2,6 %	1,8 %	3,7 %	44,4 %
	2020	31,4 %	0,7 %	2,9 %	2,2 %	3,6 %	46,9 %
Nicht-binäre	2021	<1,0 %					<1,0 %
	2020	<1,0 %					<1,0 %

# Intersektioneller Anteil | People Manager

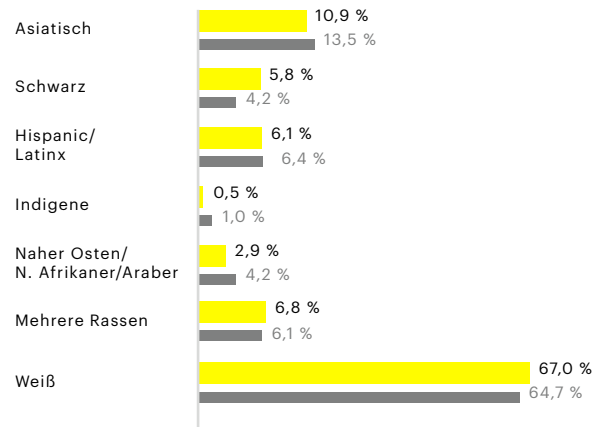
## Non-Tech

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



### Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

		Asiatisch	Schwarz	Hispanic/Latinx	Indigene	Naher Osten/ Nordafrikaner/ Araber	Mehrere Rassen	Weiß
		Frauen	2021	6,1 %	3,2 %	2,9 %		1,9 %
	2020	7,1 %	1,3 %	2,6 %	0,3 %	2,2 %	3,2 %	31,7 %
Männer	2021	4,9 %	2,7 %	3,2 %	0,5 %	1,0 %	2,7 %	31,1 %
	2020	6,4 %	2,9 %	3,8 %	0,6 %	1,9 %	2,6 %	33,0 %
Nicht-binäre	2021	<1,0 %						
	2020	<1,0 %						

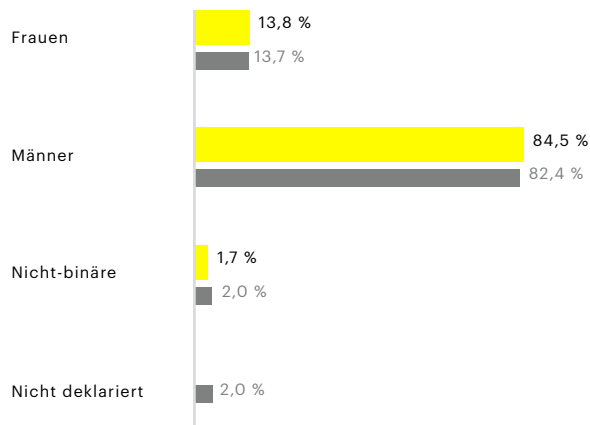


## Anteil der intersektionellen Führungskräfte | Director+

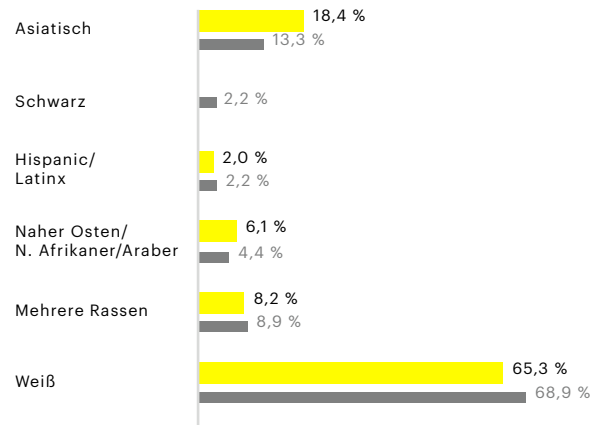
### Tech

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

#### Geschlecht (Global)



#### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



#### Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

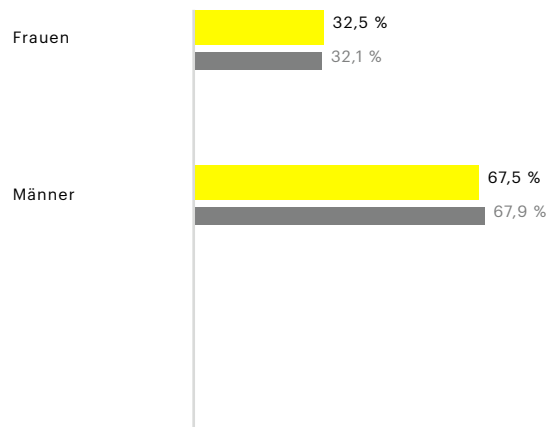
		Asiatisch	Schwarz	Hispanic/Latinx	Naher Osten/ Nordafrikaner/ Araber	Mehrere Rassen	Weiß
Frauen	2021				2,0 %		14,3 %
	2020		2,2 %		2,2 %		11,1 %
Männer	2021	18,4 %		2,0 %	4,1 %	8,2 %	49,0 %
	2020	13,3 %		2,2 %	2,2 %	8,9 %	55,6 %
Nicht-binäre	2021						2,0 %
	2020						2,2 %

# Anteil der intersektionellen Führungskräfte | Director+

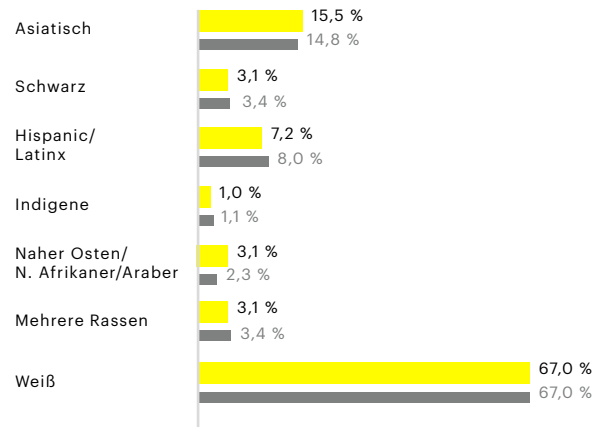
## Non-Tech

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



### Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

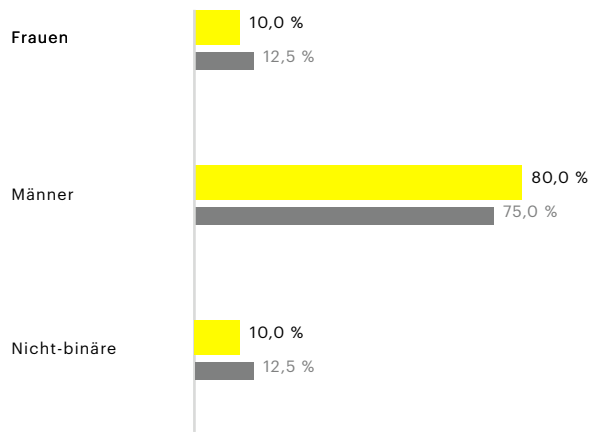
		Asiatisch	Schwarz	Hispanic/Latinx	Indigene	Naher Osten/ Nordafrikaner/ Araber	Mehrere Rassen	Weiß
		Frauen	2021	5,2 %	1,0 %	2,1 %		2,1 %
	2020	5,7 %		1,1 %		2,3 %	2,3 %	25,0 %
Männer	2021	10,3 %	2,1 %	5,2 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %	43,3 %
	2020	9,1 %	3,4 %	6,8 %	1,1 %		1,1 %	42,0 %

# Anteil der intersektionellen Führungskräfte | Vizepräsident+

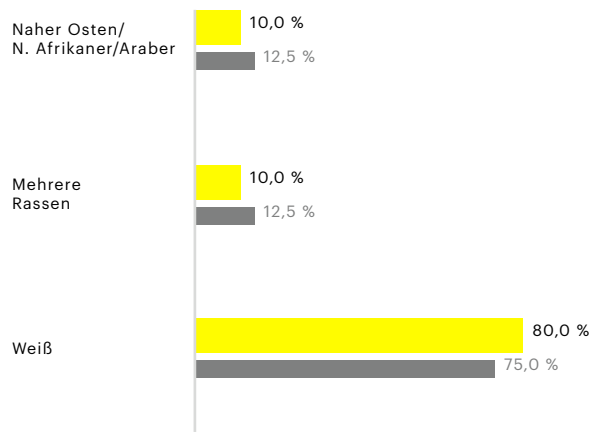
## Tech

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



### Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

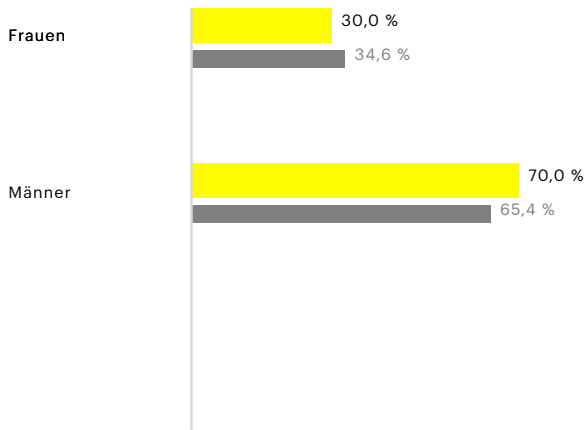
		Naher Osten/ Nordafrikaner/Araber	Mehrere Rassen	Weiß
Frauen	2021			10,0 %
	2020			12,5 %
Männer	2021	10,0 %	10,0 %	60,0 %
	2020	12,5 %	12,5 %	50,0 %
Nicht- binäre	2021			10,0 %
	2020			12,5 %

# Anteil der intersektionellen Führungskräfte | Vizepräsident+

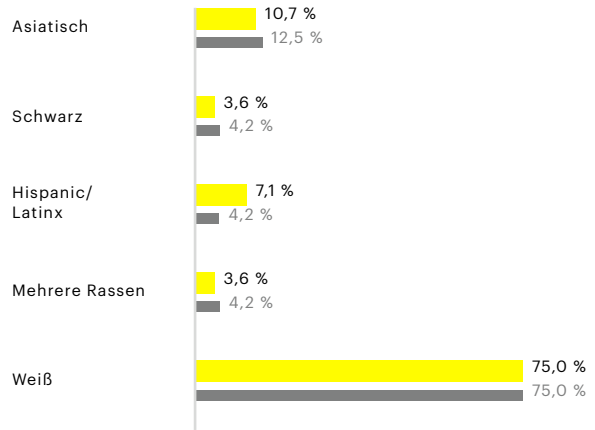
## Non-Tech

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



### Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

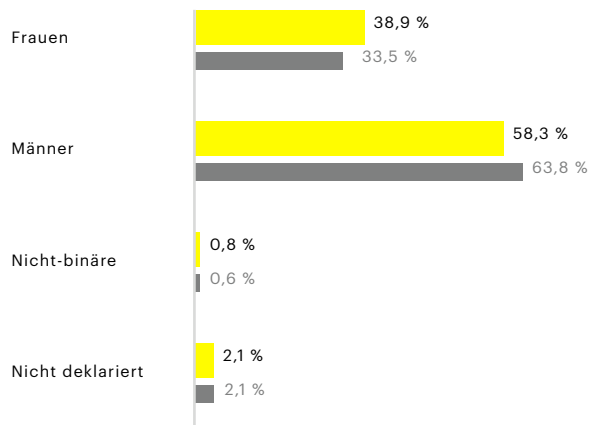
		Asiatisch	Schwarz	Hispanic/Latinx	Mehrere Rassen	Weiß
Frauen	2021	7,1 %		3,6 %	3,6 %	14,3 %
	2020	8,3 %			4,2 %	20,8 %
Männer	2021	3,6 %	3,6 %	3,6 %		60,7 %
	2020	4,2 %	4,2 %	4,2 %		54,2 %

# Intersektionelle Neueinstellungen

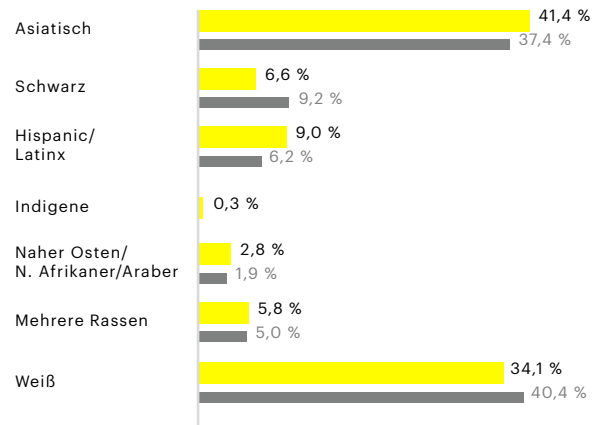
## Unternehmensweit

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



### Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

		Asiatisch	Schwarz	Hispanic/Latinx	Indigene	Naher Osten/ Nordafrikaner/ Araber	Mehrere Rassen	Weiß
Frauen	2021	15,8 %	3,2 %	3,7 %	0,1 %	1,3 %	2,5 %	14,3 %
	2020	12,1 %	4,8 %	2,6 %		0,3 %	2,3 %	14,1 %
Männer	2021	25,4 %	3,2 %	5,2 %	0,2 %	1,5 %	3,2 %	19,4 %
	2020	25,2 %	4,3 %	3,6 %		1,6 %	2,5 %	25,8 %
Nicht-binäre	2021	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %			<1,0 %	<1,0 %
	2020	<1,0 %					<1,0 %	<1,0 %

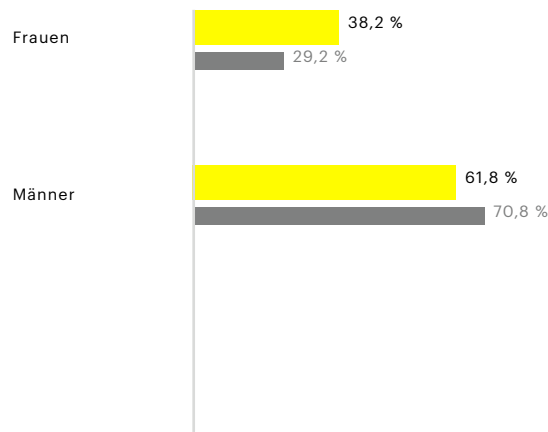
Die Einstellungsdaten stellen die Neueinstellungen nach Gruppen als Prozentsatz der Gesamteinstellungen dar.

# Intersektionelle Neueinstellungen

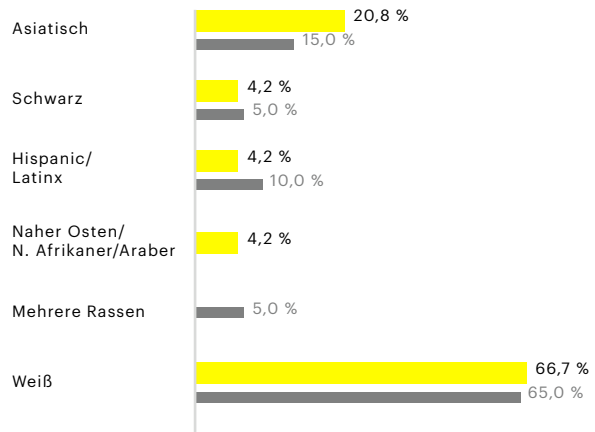
## Führungskräfte | Director+

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



### Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

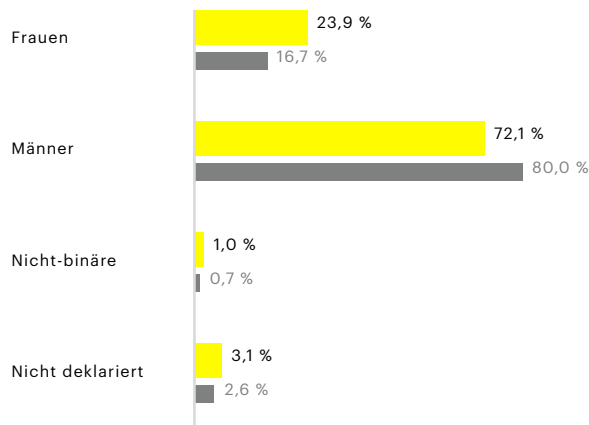
		Asiatisch	Schwarz	Hispanic/Latinx	Naher Osten/ Nordafrikaner/ Araber	Mehrere Rassen	Weiß
		Frauen	2021	4,2 %	4,2 %	4,2 %	
	2020						30,0 %
Männer	2021	16,7 %			4,2 %		37,5 %
	2020	10,0 %	5,0 %	10,0 %		5,0 %	35,0 %

# Intersektionelle Neueinstellungen

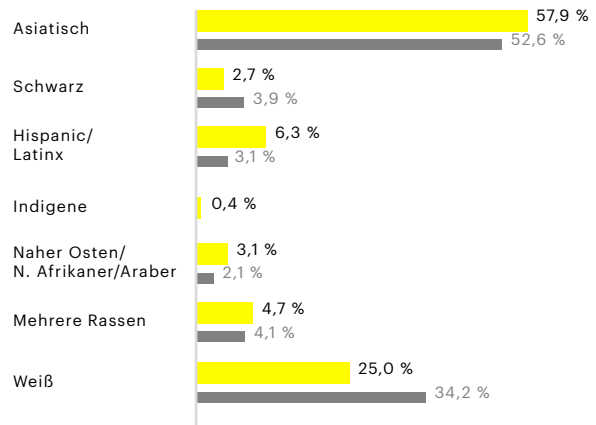
## Tech

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



### Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

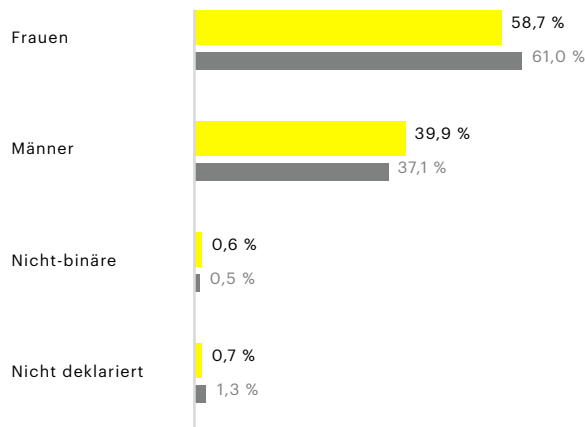
		Asiatisch	Schwarz	Hispanic/Latinx	Indigene	Naher Osten/ Nordafrikaner/ Araber	Mehrere Rassen	Weiß
Frauen	2021	18,2 %	0,6 %	1,4 %		1,0 %	1,1 %	4,4 %
	2020	12,4 %	1,6 %	0,8 %			1,0 %	3,9 %
Männer	2021	39,4 %	2,0 %	4,8 %	0,4 %	2,1 %	3,4 %	20,2 %
	2020	39,9 %	2,3 %	2,3 %		2,1 %	3,1 %	29,8 %
Nicht-binäre	2021	<1,0 %	<1,0 %	<1,0 %			<1,0 %	<1,0 %
	2020	<1,0 %						<1,0 %

# Intersektionelle Neueinstellungen

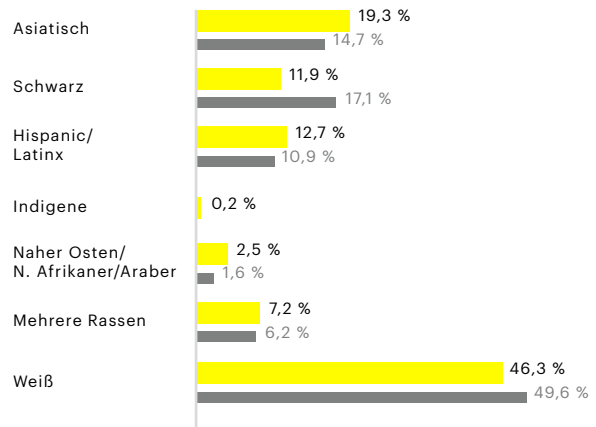
## Non-Tech

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



### Intersektionelle Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

		Asiatisch	Schwarz	Hispanic/Latinx	Indigene	Naher Osten/ Nordafrikaner/ Araber	Mehrere Rassen	Weiß
		Frauen	2021	12,5 %	6,6 %	6,9 %	0,2 %	1,6 %
	2020	11,6 %	9,7 %	5,4 %		0,8 %	4,3 %	29,5 %
Männer	2021	6,8 %	4,9 %	5,8 %		0,8 %	2,8 %	18,3 %
	2020	3,1 %	7,4 %	5,4 %		0,8 %	1,6 %	19,8 %
Nicht-binäre	2021		<1,0 %				<1,0 %	<1,0 %
	2020						<1,0 %	<1,0 %

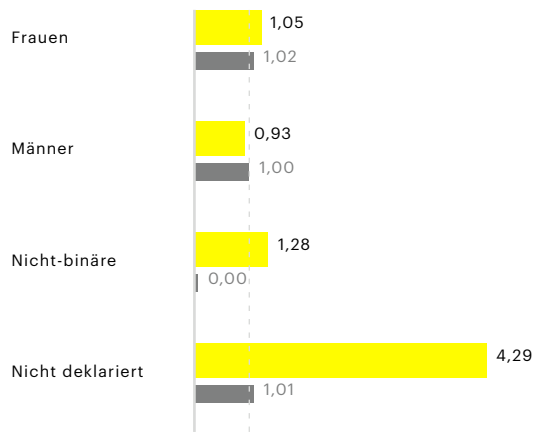


# Durchschnittlicher Abwanderungsindex

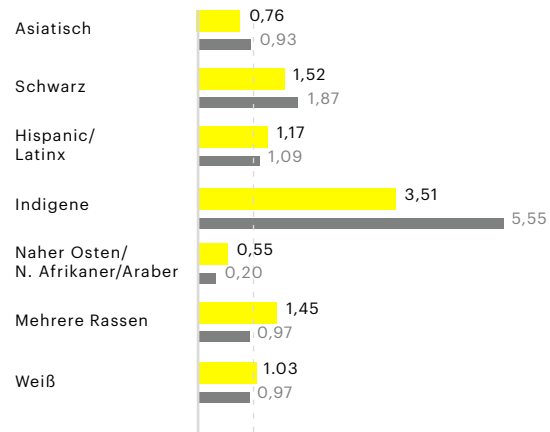
## Unternehmensweit

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)

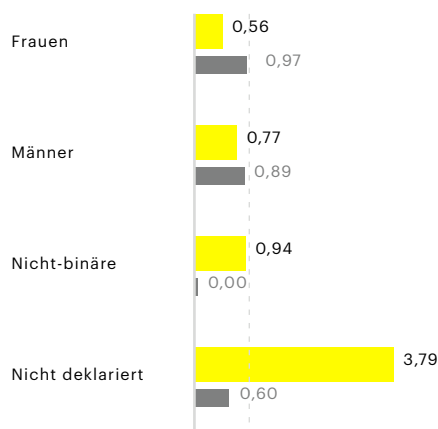


### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)

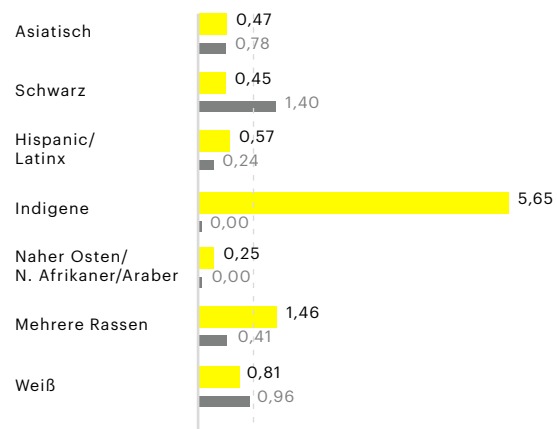


## Tech

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



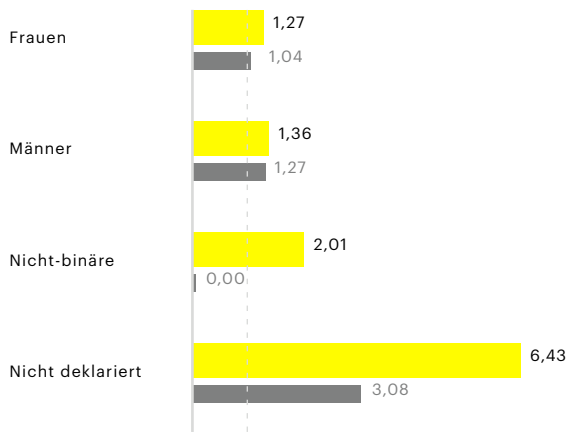
Die durchschnittliche Abwanderungsrate von Snap entspricht 1,00 auf dem obigen Index (dargestellt als gepunktete Referenzlinie). Gruppen, in denen die Abwanderung über 1,00 liegt, haben eine höhere Abwanderungsrate als der Durchschnitt. Gruppen, in denen die Abwanderung unter 1,00 liegt, haben eine niedrigere Abwanderungsrate als der Durchschnitt.

# Durchschnittlicher Abwanderungsindex

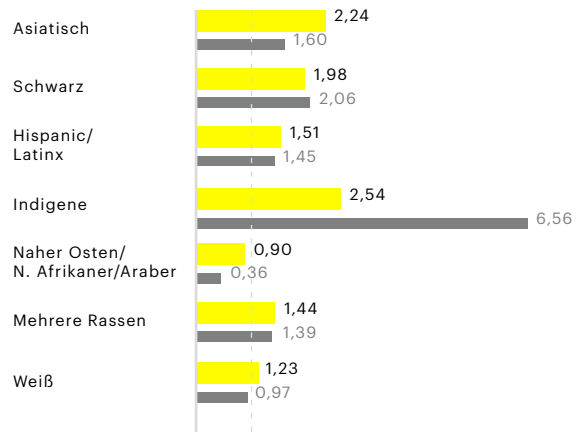
## Non-Tech

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

### Geschlecht (Global)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



## Ein inklusiverer Datensatz

Im Jahr 2021 führten wir die DEI Self-ID-Umfrage von Snap bei 83 % unserer Belegschaft in Australien, Kanada, dem Vereinigten Königreich und den USA durch. 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 86 % aller befragten Teammitglieder haben geantwortet (im Vergleich zu 75 % im Vorjahr). Diese Ergebnisse sind repräsentativ für diejenigen, die an der Umfrage teilgenommen haben.

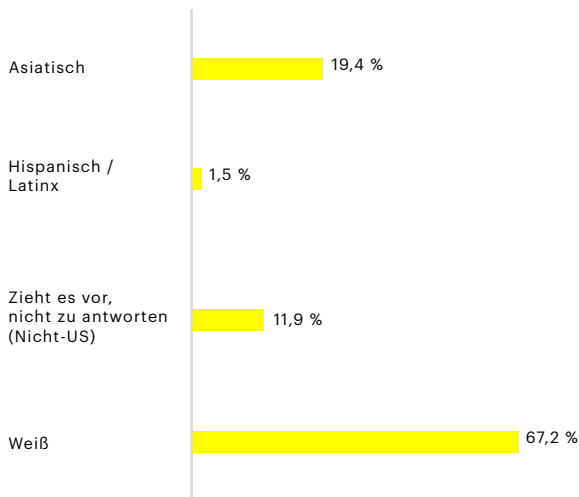
	Snap Allgemein	Australien	Kanada	Vereinigtes Königreich	USA
sind Mitglieder der <b>LGBTQ+ Community</b>	8,4 %	6,7 %	18,1 %	7,9 %	8,1 %
sind <b>Transgender</b>	0,2 %	0,0 %	0,0 %	0,4 %	0,2 %
dienen aktuell oder haben vorher in einer <b>militärischen Organisation</b> gedient	2,3 %	5,1 %	0,9 %	2,7 %	2,2 %
sind <b>Hochschulabsolventen in erster Generation</b>	24,4 %	40,0 %	30,2 %	30,9 %	23,0 %
sind <b>neurodivers</b> oder <b>leben mit einer psychischen Erkrankung und/oder Behinderung*</b>	4,6 %	3,4 %	9,5 %	6,2 %	4,1 %
<b>leben mit einer körperlichen Behinderung</b>	2,7 %	3,4 %	4,3 %	2,6 %	2,6 %
Sind <b>Eltern</b>	27,2 %	45,0 %	24,1 %	30,5 %	26,9 %
betreuen <b>regelmäßig eine Person, bei der es sich nicht um ein Kind handelt</b>	6,0 %	3,3 %	4,3 %	3,9 %	6,3 %
sprechen als <b>erste Sprache eine andere Sprache als Englisch</b>	34,9 %	25,0 %	30,2 %	37,3 %	34,8 %

\*Teammitglieder, die sich als Menschen mit einer körperlichen Behinderung und einer neurodiversen/geistigen Erkrankung und/oder geistigen Behinderung identifizieren, werden in beiden Kategorien gezählt.

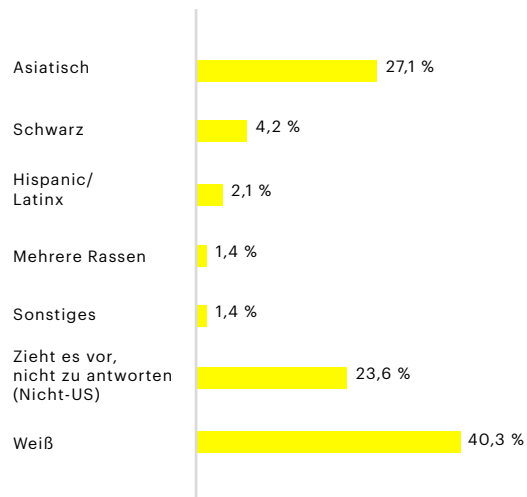
## Anteil der Mitarbeiter | Self-ID

Schlüssel ■ 2021 ■ 2020

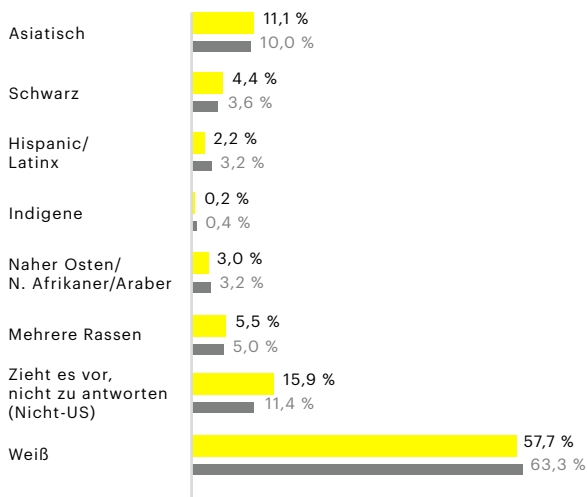
### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (Australien)



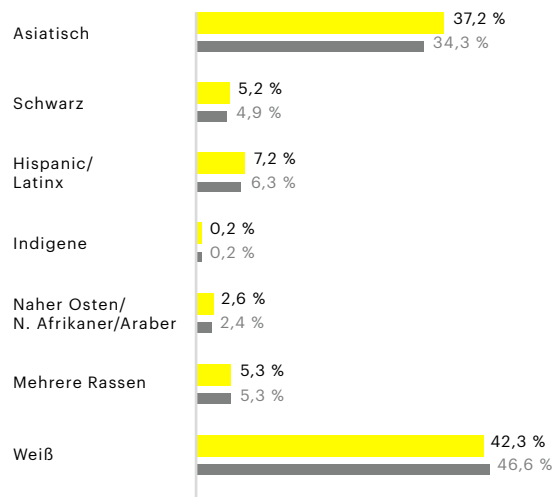
### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (Kanada)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (Vereinigtes Königreich)



### Rasse/ethnische Zugehörigkeit (USA)



In allen Diagrammen und intersektionellen Tabellen im Datenteil, in denen eine Gruppe nicht aufgeführt ist, ist der Anteil für diese Gruppe gleich null. 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.

