

Eindrapport Laura.AI



Innovatie-onderzoek: Challenges

*Aaron Van den Driessche, Axel Kiekens, Christina Danneels, Erin Bulcke,
Jelle Vandendriessche, Julie Rootsaert, Mattice Suetens, Simon Muls &
Yanah Wielandt*

2025-2026

Voorwoord

Als groep masterstudenten waren wij enthousiast om start-up Laura.AI bij te staan in het onderzoeken en ontwikkelen van een innovatieve AI-toepassing. Het concept sprak ons aan omwille van de relevante maatschappelijke raakvlakken met onze masteropleiding. Ondanks de stopzetting van het Laura-team gedurende het traject, konden we nog steeds rekenen op feedback en begeleiding van Timo, Lotte en Vadim, wat ons hielp de visie van Laura.AI te respecteren en verder te zetten.

Verder konden wij rekenen op onze begeleiders Tina Coenen en Klaas Bombeke, die ons doorheen elke stap hebben bijgestaan. Ook bedanken wij Peter Mechant voor zijn heldere communicatie en ideeën tijdens het ontwikkelingsproces, en alle betrokken partijen voor hun opvolging, deelname en gerichte feedback.

Dit jaarvak bood een leerrijke omgeving waarin we vaardigheden opdeden rond teamwerk, communicatie en alle fases van een ontwikkelingsproces, met bijzondere aandacht voor het belang van gebruikersonderzoek en kennis over de eindgebruiker.

Wij presenteren dan ook graag de finale versie van Laura.AI.

Christina, Simon, Jelle, Yanah, Mattice, Erin, Axel, Julie & Aaron.

Inhoudstafel

1. Voorwoord	2
2. Inleiding	4
3. Onderzoek	7
4. Concrete oplossingen	15
5. Kritische reflectie	28
6. Conclusie	28
7. Bibliografie	31

Inleiding & kader

Laura.AI is een digitale coach die werknemers 24/7 ondersteunt bij het omgaan met werkstress en het versterken van hun **veerkracht** en **persoonlijke groei**. Enerzijds kunnen werknemers via een **desktopapplicatie** chatten met de AI-chatbot, die op basis van doorlopende gesprekken gepersonaliseerd advies aanbiedt en belemmerende patronen herkent (zoals moeite met grenzen stellen of een laag zelfvertrouwen). Anderzijds biedt **Laura.AI** een **werkgeversdashboard**. Hierop ziet de directie of HR-afdeling een geaggregeerde trendlijn van de afgelopen week. **Strikte groepsanonimisering** en **extra privacybescherming** beschermen hierbij de noden van de werknemers. De tool werd ontwikkeld als een **laagdrempelige en privacyvriendelijke aanvulling** op bestaande welzijnsondersteuning binnen organisaties.

De centrale onderzoeksvraag was welke **UX-elementen** kunnen bijdragen aan een hogere **adoptie en retentie** van **Laura.AI**. Het ontwerp speelde zich af binnen een kader van vier spanningsvelden: **business haalbaarheid** (beperkte tijd, middelen en capaciteit als start-up), **technologie** (OpenAI API met wetenschappelijke modellen, meertalige interacties), **gebruikersgedrag** (vrijwillige adoptie bij personen met een bureaujob) en **regelgeving** (strikte naleving van de GDPR en de AI Act).

Omdat **Laura.AI** een volledig **nieuw productconcept** vertegenwoordigt, bestond er initieel onduidelijkheid over de **noden van werknemers** én de exacte invulling van de interface. Om deze kenniskloof te overbruggen, combineerden we **literatuuronderzoek**, een **survey** en **diepte-interviews**, **walkthroughs** en **interactieve prototypes**. Deze inzichten leidden tot concrete **ontwerpkeuzes**: een verschuiving van voice-app naar chatgebaseerde desktopapplicatie, sterke nadruk op **transparantie en gebruikerscontrole**, een **persoonlijk dashboard** voor stress- en energieniveaus, en subtiele **motivatiemechanismen** zoals badges en laagdrempelige check-ins.

Het finale prototype toont aan dat een AI-coach **potentieel** heeft op de werkvloer, mits zorgvuldig wordt omgegaan met **privacy, gebruikersvertrouwen en relevante regelgeving** zoals de GDPR en de AI Act.



1. Stakeholdermapping

Tijdens het kennismakingsgesprek met het team van Laura.AI identificeerden we samen, aan de hand van een **stakeholdermap** met twee assen (impact-kennis) en drie niveaus (micro, meso, macro), verschillende **stakeholders**. Het **managementteam**, de **HR-afdeling** en de **inkoopafdeling** blijken drie belangrijke partijen uit het kamp van de werkgever. Ook de **overheid** speelt een belangrijke rol, zowel op vlak van **wetgeving** als op vlak van **subsidiëring** voor de verdere ontwikkeling van de applicatie. Verder is ook het betrekken van **academische instellingen** en **psychologen** noodzakelijk voor de wetenschappelijke onderbouwing. Tot slot zijn er natuurlijk ook de **eindgebruikers**, in dit geval werknemers, die de toepassing al dan niet zullen adopteren.

2. Product/Dienstbehoefte

Aan de hand van vijf centrale vragen stelden we een **kader** op. De challengers vertelden welke **waarden** centraal stonden bij de ontwikkeling van de start-up.

Daarna formuleerden we samen een antwoord op het **“waarom”** en **“hoe”** van onze opdracht, mogelijke oplossingen en de KPI's waarmee we rekening moeten houden wanneer we aan de slag gaan.

De challengers stelden een **adoptiegraad** van 65% voorop wanneer alle werknemers toegang zouden krijgen en 90% wanneer de toegang beperkt wordt tot managementniveau. Adoptie werd hierbij gedefinieerd als twee keer per week een gesprek met Laura voeren.

Waarden

Oplossing

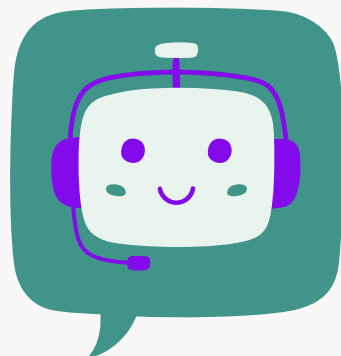
KPI's

Waarom?

Hoe?

3. Literatuurstudie

Na onze gesprekken met de challengers was het aan ons om ons in te lezen in het onderwerp. Dit deden we via een **literatuurstudie** van (prille) wetenschappelijke inzichten over (AI-)chatbots met HR-functionaliteiten. Centraal vertrokken we vanuit het **Technology Acceptance Model** (Davis, 1989; Niu & Mvondo, 2024), dat stelt dat mensen een digitale tool vooral zullen adopteren als ze die nuttig en gebruiksvriendelijk vinden. In de context van mentale gezondheid blijkt nut daarbij het zwaarst door te wegen, maar nut alleen volstaat niet (Park & Kim, 2023).



Vertrouwen blijkt immers ook doorslaggevend. In lijn met principes van organisationeel vertrouwen (Bhattacharjee, 2002; Mayer et al., 1995), moeten gebruikers erop kunnen rekenen dat de chatbot competente antwoorden geeft, consistent en transparant communiceert, en in het belang van de gebruiker handelt (Al-Oraini, 2025; Følstad et al., 2018). Herhaald positief gebruik versterkt dat vertrouwen verder (Bhattacharjee, 2002). Daarbij is het ook essentieel dat een chatbot niet louter informatief is: mensen willen zich ook gehoord voelen. Een sociaal georiënteerde communicatiestijl verhoogt de betrokkenheid en maakt dat de tool als nuttiger wordt ervaren (Al-Oraini, 2025; Følstad et al., 2018; Toader et al., 2019).



Timing en personalisatie voegen daar nog een extra laag aan toe. **Korte, contextuele interventies** op het moment dat iemand ze echt nodig heeft, zijn veel effectiever dan generieke ondersteuning (Suh et al., 2024). **Succesvol design** vertrekt daarbij van een grondige analyse van gebruikersnoden, in plaats van achteraf te evalueren of een product werkt (Carbon, 2019; Lee, 2024). Een belangrijke voorwaarde is wel dat gebruikers de **autonomie** behouden om zelf te kiezen wanneer ze met de tool aan de slag gaan (Suh et al., 2024).

Tot slot, een rode draad doorheen ons volledige project: **privacy** is geen bijzaak maar een basisvereiste. Zeker op de werkvloer zijn er terechte vragen over wie toegang heeft tot persoonlijke data (De Marez et al., 2025; Følstad et al., 2018; Tito et al., 2025). Een ethisch ontwerp vertrekt dan ook vanuit **transparantie, expliciete keuzemogelijkheden voor de gebruiker en heldere afspraken over databeheer** (Hong & Thong, 2013). Tegelijkertijd kunnen **ethische bezorgdheden** het vertrouwen in de tool ondermijnen, ook wanneer de informatiekwaliteit hoog is (Diller, 2024; Niu & Mvondo, 2024). Deze vier elementen: **nut, vertrouwen, personalisatie en privacy** vormden samen de basis voor de rest van onze challenge.

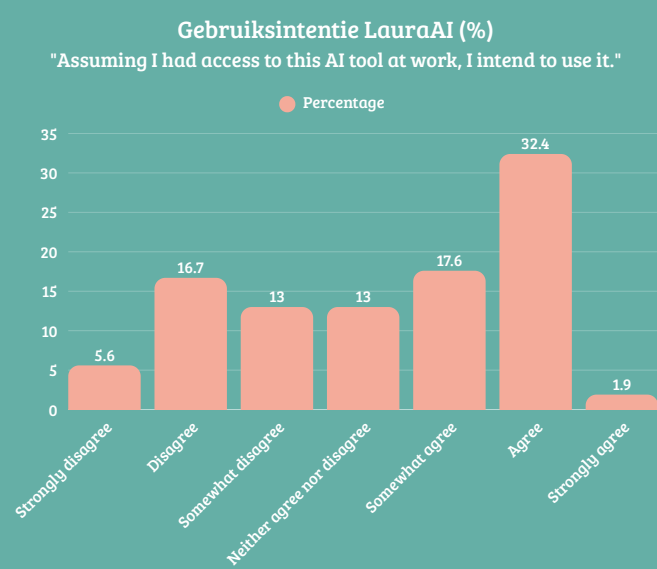
Om deze rode draden niet bij theorie te laten, gingen we op zoek naar **gevalideerde meetschalen** waarmee we ze concreet konden toetsen bij onze doelgroep. Voor elk thema selecteerden we bewezen meetinstrumenten uit de wetenschappelijke literatuur en vertaalden we die naar de specifieke context van Laura.AI en de werkvloer. Zo bouwden we een **surveyvragenlijst** die niet alleen peilde naar de **adoptiebereidheid** van werknemers, maar ook blootlegde welke **onderliggende factoren** die bereidheid het sterkst beïnvloeden.

4. Survey

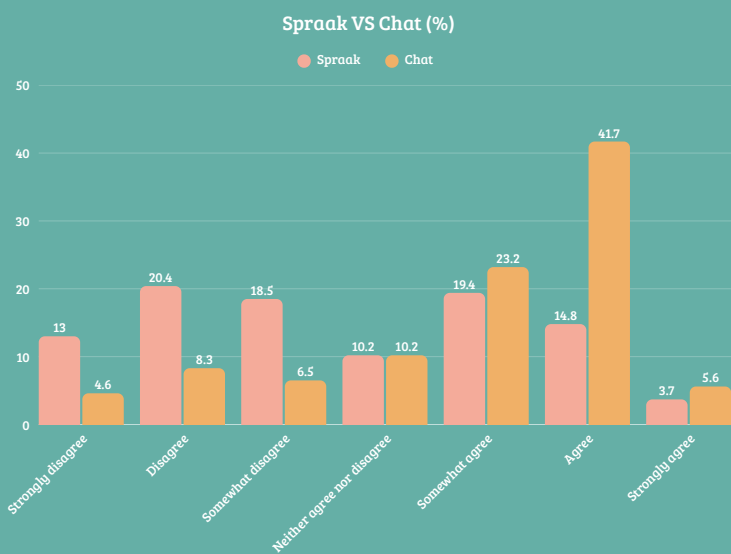
Alvorens we op zoek gingen naar concrete oplossingen om het gebruik van Laura.AI te bevorderen, onderzochten we of het idee van een mentalegezondheidscoach op de werkvloer wel **adoptiepotentieel** bij werknemers heeft. We verspreidden een talige online survey om inzicht te krijgen in de doelgroep van Laura.AI. Niet alleen peilde de vragenlijst naar de **attitudes** van potentiële gebruikers, maar ze toetste ook **essentiële features** uit de app af.

De **survey** richtte zich in eerste instantie op high-performing individuals en middle management executives, maar ook andere mensen met een kantoorjob kwamen in aanmerking. Via het **netwerk** van ons team en de challengers werd de vragenlijst verspreid. Op deze manier vulden werknemers van verschillende grote bedrijven (KBC, Proximus, Samsung) de vragenlijst in. Na **datacleaning** bleven 108 respondenten over. De gemiddelde leeftijd van de respondenten was 41 jaar ($SD=11,75$).

Grafiek 1 toont de **gebruiksintentie** van respondenten ten aanzien van **Laura.AI**. Ruim 1 op 3 werknemers zou de tool gebruiken indien ze er toegang toe hadden. Nog eens 18% toont ook een positieve gebruiksintentie, maar blijft voorzichtiger. 1 op de 5 werknemers zou de tool niet gebruiken. 13% twijfelt, maar zou het eerder niet doen. Tot slot blijven 13% van de werknemers neutraal ten aanzien van het gebruik van Laura.AI.



Grafiek 1: Gebruiksintentie LauraAI



Grafiek 2: Sprak vs Chat

Items: When using this AI tool to talk about my mental health, I would feel comfortable communicating through chat
When using this AI tool to talk about my mental health, I would feel comfortable communicating by voice

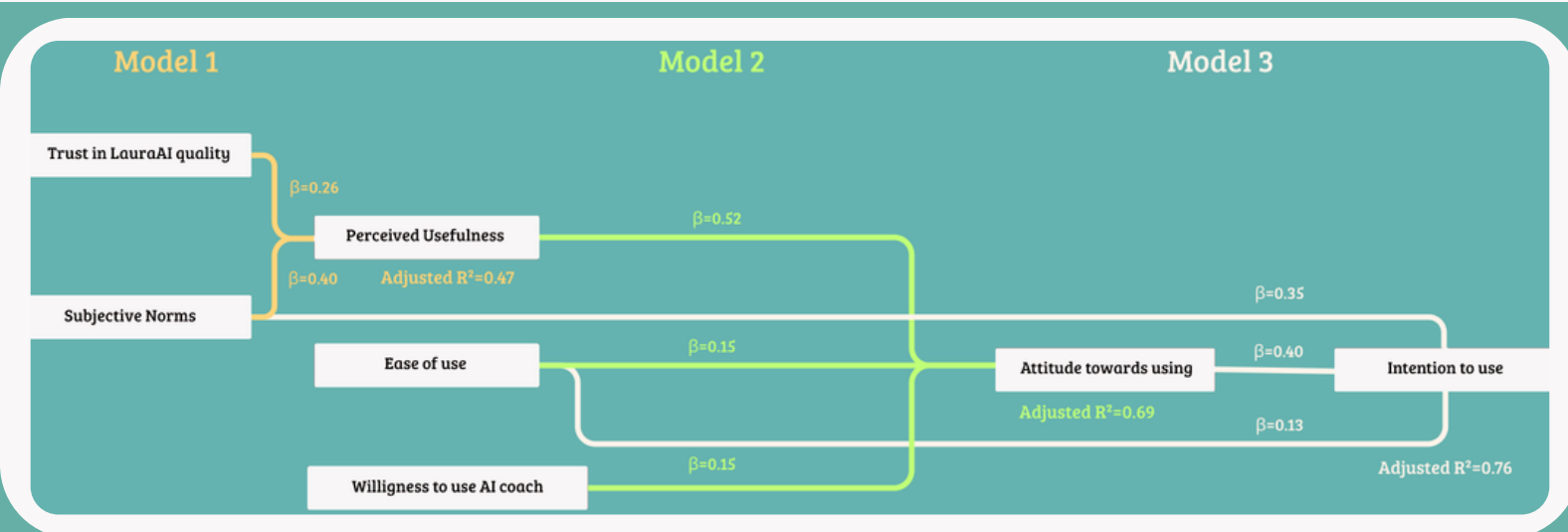
De survey bevatte items die zeer nuttig bleken voor de verdere ontwikkeling van de app. Respondenten beantwoordden twee items die peilden naar hoe comfortabel ze zich zouden voelen om via **chat** of via **stem** te communiceren met Laura. Een afhankelijke t-test ($t = 7,22$, $p < 0.001$) wees uit dat respondenten positiever reageerden op chatten dan op praten met Laura. Tijdens de uitwerking van onze oplossingen namen we dit resultaat ter harte door hoofdzakelijk te focussen op de uitwerking van een chat-interface i.p.v. de mogelijkheid tot steminteractie.

Een afhankelijke t-test ($t = 7,22$, $p < 0.001$) wees uit dat respondenten positiever reageerden op **chatten** dan op praten met Laura. Tijdens de ontwikkeling van onze oplossingen namen we dit resultaat ter harte door hoofdzakelijk te focussen op de uitwerking van een chatinterface i.p.v. op steminteractie.

Een groot deel van de survey is gebaseerd op het **Technology Acceptance Model (TAM)** (Davis, 1989). Dit model onderzoekt de intentie van gebruikers om een technologisch product te gebruiken. De theorie gebruikt een aantal variabelen die de houding en ervaring van gebruikers weergeven. Omwille van de specifieke kenmerken van Laura.AI, besloten we enkele andere variabelen, zoals AI gebruik en privacybezorgdheden, aan het model toe te voegen. Op basis van literatuur en anekdotische inzichten werden ook 'trust' en 'subjective norms' twee belangrijke componenten.

Aan de hand van meervoudige regressieanalyses in combinatie met de PROCESS macro (Hayes, 2022) werd een uiteindelijk model opgesteld dat inzicht geeft in de adoptievoorwaarden van Laura.AI.

Uit dit model blijkt dat het nut dat respondenten ervaren, het gebruiksgemak van de applicatie en de bereidheid om AI in te zetten voor mentale gezondheid de belangrijkste voorspellers zijn van de attitude ten aanzien van Laura.AI. Op zijn beurt bepaalt de attitude veel van de variatie in gebruiksimplicatie, te zien aan het hoge adjusted-R² cijfer (0.76).

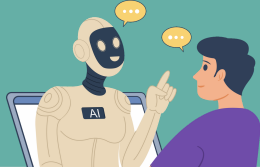


Regressiemodel

Het nut dat respondenten toekennen aan de app wordt enerzijds bepaald door het vertrouwen in de kwaliteit van Laura.AI en anderzijds door hoe anderen denken over de app (subjectieve normen) bepalen op hun beurt het gepercipieerde nut. Uit deze resultaten blijkt dat prototypes niet alleen vertrouwen moeten uitstralen, maar ook makkelijk te navigeren moeten zijn. Bovendien is het makkelijker om mensen te overtuigen die bereid zijn om AI in te zetten voor hun mentale gezondheid.

Een open vraag aan het einde van het vragenblok over Laura.AI bood respondenten de kans om bijkomende bezorgdheden te uiten. 70% van de respondenten besloot deze kans te grijpen. Bijna de helft van alle antwoorden had betrekking op **privacy en/of anonimiteit**. Ook **vertrouwelijkheid** en vertrouwen in hoe er met de resultaten wordt omgegaan bleken belangrijke thema's. Tot slot achten respondenten ook de **accuraatheid** en **wetenschappelijke onderbouwing van de applicatie**, naast **transparantie over de werkwijze**, belangrijk.

Aan de hand van achtereenvolgens **hiërarchische regressies** en **k-means-clustering** op verschillende variabelen werden **vier gebruikersprofielen** opgesteld. Via kruistabellen en *t*-testen werden hun eigenschappen vergeleken met elkaar.



Kritische AI-lovers (11%):

Kritische AI-lovers staan positief tegenover AI. Ze tonen echter weinig bereidheid om AI te gebruiken als ondersteuning voor mentale gezondheid. Laura.AI kan hen dan ook niet bekoren. Bovendien zijn ze privacygevoelig en hebben ze matig vertrouwen in hun werkgever. Wel voelen ze zich goed in hun vel op het werk. Overigens bestaat deze groep uitsluitend uit mannen.



Voorzichtige AI-ontdekkers (28%):

Voorzichtige AI-ontdekkers kijken positief naar AI en matig positief naar Laura.AI. 53% van deze groep zou Laura.AI gebruiken indien ze er de kans toe hadden. Toch zijn ook zij privacygevoelig. Wat betreft vertrouwen in de werkgever nemen ze een neutrale positie in. Vergeleken met de andere gebruikersprofielen voelen de ontdekkers zich iets minder goed op het werk.



AI-Afwijzers (18%):

AI-afwijzers hebben een negatieve houding tegenover AI. Daarnaast voelen ze zich niet comfortabel bij het werkgeversdashboard dat Laura.AI kenmerkt. Bovendien zijn ze niet bereid om de voice-functie te gebruiken. Deze groep ziet het dan ook niet zitten om Laura.AI te gebruiken.



Nieuwsgierige AI-fans (44%):

De nieuwsgierige AI-fans zijn enthousiast over AI en Laura.AI. Bijna 8 op de 10 potentiële gebruikers in deze groep zou Laura.AI gebruiken. Nieuwsgierige AI-fans vertrouwen hun werkgever en voelen zich goed op het werk. Tot slot kennen ze gemiddelde privacyzorgen.

Bij het ontwerpen van **UX-elementen** houden we voornamelijk rekening met de **noden** en **zorgen** van de Nieuwsgierige AI-fans en de Voorzichtige AI-ontdekkers. Voor beide groepen is **privacy** belangrijk, **transparante communicatie** en **duidelijke informatie** kunnen het vertrouwen versterken. Met ons design richten we ons minder op de AI-afwijzers en de Kritische AI-lovers, aangezien zij geen of weinig bereidheid tonen voor het gebruik van AI met betrekking tot mentale gezondheid.

5. Diepte-interviews

Voor dit onderzoek namen we diepte-interviews af bij negen personen uit de persoonlijke kring en het netwerk van de onderzoekers, werkzaam binnen verschillende organisaties. Via gerichte vragen over werkstress, ondersteuning en persoonlijke noden kregen we een concreet beeld van hoe medewerkers werkdruk ervaren en wat ze daarin van hun organisatie verwachten. De inzichten in dit onderdeel zijn dus uitsluitend gebaseerd op het interview-gedeelte van deze sessie; in dezelfde sessie werden ook cognitive walkthroughs afgenomen, maar de resultaten hiervan komen elders in dit rapport aan bod.

Werkstress en coping

Uit de interviews blijkt duidelijk dat werkstress sterk samenhangt met deadlines en piekperiodes. Medewerkers geven aan dat de werkdruk niet constant is, maar fluctueert naargelang projecten en verwachtingen. Vooral momenten waarop meerdere taken tegelijk samenkomen, worden als het meest belastend ervaren.

Tegelijk hanteren medewerkers consistente strategieën om hiermee om te gaan. Twee vormen van coping komen daarbij systematisch terug.

Enerzijds kiezen medewerkers voor een actiegericht aanpak: ze behouden controle door taken te structureren, prioriteiten te stellen en indien nodig langer door te werken. Clara illustreert dit aan de hand van een persoonlijke techniek: "Ik stel mezelf vragen: waarom zou je dat doen? Wat zijn de gevolgen? Dan schrijf ik het op — een kolom met voor- en nadelen. Als ik veel nadelen heb, laat ik het los."

Anderzijds nemen medewerkers bewust afstand van de werkcontext. Korte pauzes of een wandeling helpen om stress te verminderen en opnieuw focus te vinden. Bart beschrijft hoe hij dit in de praktijk brengt: "Ik sta regelmatig recht en ga wandelen. Onder de middag ga ik eigenlijk altijd naar buiten voor een wandeling van een halfuur in een nabijgelegen park."

Deze combinatie van probleemoplossende en herstelgerichte strategieën toont aan dat medewerkers werkdruk op een actieve en bewuste manier aanpakken.

Ondersteuning en rol van de organisatie

Een opvallend patroon uit de interviews is dat collega's een belangrijke bron van ondersteuning vormen. Informele momenten spelen daarbij een centrale rol. Sara illustreert dit als volgt: "Af en toe zeggen we wel: kom, we gaan even een theetje drinken op het terras. Dan is dat het moment om even te ventileren."

Dergelijke gesprekken helpen medewerkers om frustraties te uiten en situaties te relativeren. De drempel is laag en de steun voelt natuurlijk aan.

De rol van de organisatie wordt daarentegen als minder vanzelfsprekend ervaren. Formele ondersteuning is vaak wel aanwezig, maar wordt beschreven als onvoldoende zichtbaar, weinig toegankelijk en zelden actief aangeboden. Maxim verwoordt deze kloof tussen verwachting en realiteit als volgt: "Ik verwacht dat mijn werkgever luistert als er periodes van stress zijn — en niet enkel luistert, maar er ook iets mee doet. Er werd destijds wel geluisterd, maar er werd weinig gedaan."

Dit wijst op een duidelijke nood aan een laagdrempelig aanspreekpunt binnen de organisatie. Medewerkers verwachten geen complexe systemen, maar eerder een helder en menselijk contactpunt waar ze terecht kunnen wanneer de werkdruk oploopt

Zelfreflectie en ontwikkeling

Naast externe ondersteuning speelt zelfreflectie een belangrijke rol. De meeste medewerkers geven aan regelmatig stil te staan bij hun eigen functioneren en actief te zoeken naar manieren om te groeien.

Die reflectie gebeurt zowel informeel en individueel als via formele trajecten binnen de organisatie. Bert verwijst bijvoorbeeld naar een interne tool waarmee medewerkers persoonlijke ontwikkelingsdoelen opstellen en deze periodiek bespreken met hun leidinggevende: "Het doel is om te omschrijven waarin je persoonlijk wilt groeien en daar actiepunten voor voor te bereiden."

Medewerkers tonen daarbij een grote mate van zelfsturing: ze nemen zelf initiatief om hun werkprocessen en aanpak te optimaliseren, ongeacht of daar een formeel kader voor bestaat.

Rol van AI en digitale tools

AI wordt door alle respondenten gezien als een nuttige tool voor praktische taken, zoals het schrijven van teksten of het structureren van informatie. Voor mentale ondersteuning ligt dit anders. Medewerkers staan hier beduidend terughoudender tegenover. Maxim verwoordt dit bondig: "Menselijk contact is nog altijd beter dan een AI-gesprekspartner."

De voornaamste bezorgdheden betreffen de beperkte diepgang van AI-antwoorden en twijfels over de betrouwbaarheid ervan in persoonlijke of gevoelige situaties. AI wordt dan ook zelden gezien als een volwaardige vervanger van menselijke interactie.

Toch zien medewerkers wel een rol weggelegd voor AI als laagdrempelig eerste aanspreekpunt. Sara nuanceert: "Ik ben fan van het concept, zeker voor die kleine, laagdrempelige dingen waarbij je niet direct het gevoel hebt dat je bij iemand terecht kan."

AI kan met andere woorden een zinvolle eerste stap zijn om gevoelens of vragen te verkennen, voordat men contact opneemt met een persoon.

Privacy en voorwaarden voor gebruik

Privacy komt naar voren als een doorslaggevende factor bij het gebruik van dit soort ondersteuningstools. Medewerkers maken zich zorgen over de bescherming van hun gegevens, transparantie over datagebruik en controle over wie toegang heeft tot hun informatie. Sam verwoordt deze bezorgdheid als volgt: "Ik weet niet waar mijn data naartoe gaat. Dat maakt het moeilijker om eerlijk te zijn dan tegenover een persoon."

Zonder duidelijke garanties op vlak van privacy en dataveiligheid wordt het gebruik van AI voor persoonlijke of werkgerelateerde ondersteuning sterk in vraag gesteld.

Concrete oplossingen

Nadat we in het eerste semester onze onderzoeksvraag hadden verfijnd en de grenzen waarbinnen de uiteindelijke oplossing moet kaderen hadden vastgelegd, activeerden we in fase drie onze creatieve knobbels om verschillende ideeën te bekomen.

Hiervoor gebruikten we de leidraad van **twee brainstormtechnieken**: de **Lotus Blossom-methode** en de **GPS-brainstormkit**.

Bij de **Lotus Blossom-methode** plaatsen we rondom het centrale thema van UX-elementen voor adoptie en retentie 8 belangrijke designvereisten. Deze reikten van privacy tot gebruiksvriendelijkheid. Hierna zochten we voor elk van deze designvereisten een goed werkend voorbeeld uit een andere sector. Rond de voorbeelden penden we hun positieve kenmerken neer. Op deze manieren verkregen we heel wat ideeën en elementen om mee te nemen in onze oplossing.



De **GPS-brainstormkit** is een brainstormtechniek ontwikkeld door het Flanders District of Creativity (FDC) om op een gestructureerde wijze tot een grote hoeveelheid aan ideeën te komen. Bij deze sessie startten we met het formuleren van zes relevante trends en invalshoeken die verband houden met onze onderzoeksvraag;

1. Privacyzorgen
2. Platformmoeheid
3. Mentale gezondheid
4. Hybride werkomgeving
5. Conversational AI (op het werk)
6. Gebruiksvriendelijkheid



We splitsten onze groep in duo's waarbij elk duo focuste op één invalshoek. Elke tien minuten werd het bord gedraaid zodat iedereen ideeën kon aanbrengen vanuit verschillende perspectieven. Daarbij kon makkelijk worden verder gebouwd op reeds aanwezige ideeën.

Beide brainstormmethodes leverden ons een berg ideeën op. We **clusterden** alle ideeën door ze te sorteren onder verschillende **thema's**. Uiteindelijk kwamen we aan het einde van de derde fase tot vier mogelijke deeloplossingen.

1. Focus op privacy

Al van bij het begin werd duidelijk dat **privacy** een belangrijk thema zou zijn bij het ontwerp van de applicatie. Dat gebruikers met **privacyzorgen** zitten bleek ook uit de survey. Deze deeloplossing trachtte deze zorgen weg te nemen door aan de hand van verschillende UX-elementen de **transparantie inzake gegevensverwerking** te verhogen. Eén ervan was een animatie die gebruikers toont hoe hun data verwerkt wordt. Van het niveau van het individu 'stroomt' de data naar een niveau van **anonimiteit**. Daarnaast werd ook gedacht aan **een knop in de chatinterface** waarachter snel alle noodzakelijke informatie (bv. minimale grootte van de gebruikersgroep) in verband met privacy terug te vinden is.

2. Werknemersdashboard

In de survey gaven respondentten aan **inzage** te willen in wat de werkgever precies ziet. Dat bracht ons op het idee om ook een dashboard te voorzien voor de werknemer. In een **overzicht** ziet deze niet alleen zijn eigen scores, maar ook de scores van zijn/haar team en organisatie. Naast de **transparantie**, zorgt het dashboard ook voor de mogelijkheid tot **self-tracking**. Op deze manier kunnen gebruikers hun eigen scores en de evolutie van stress-en energieniveaus bijhouden.

3. Gamification

Om **langdurige betrokkenheid** te bevorderen, haalden we inspiratie uit het design van populaire (socialemedia)platformen zoals Snapchat, Tiktok en Duolingo. Allen gebruiken het idee van **'streaks'**, een score die verhoogt naarmate je dagelijks interageert met andere gebruikers of de app gebruikt.

Toegepast op Laura.AI zou het aantal streaks stijgen bij **consistent gebruik**. Twee mogelijkheden zijn mogelijk: een klassiek systeem waarbij de score reset wanneer de app niet consistent gebruikt wordt of een milde variant waarbij de score pauzeert maar niet gereset wordt wanneer de app eens niet gebruikt wordt. De laatste variant overwegen we omdat dit niet voor extra druk zorgt bij gebruikers. Tegelijk houdt dit rekening met het feit dat mensen niet elke dag werken. Als symbool voor de streakscore belandden we bij het **klavertje vier**, als teken van **groei, continuïteit** en **geluk**.

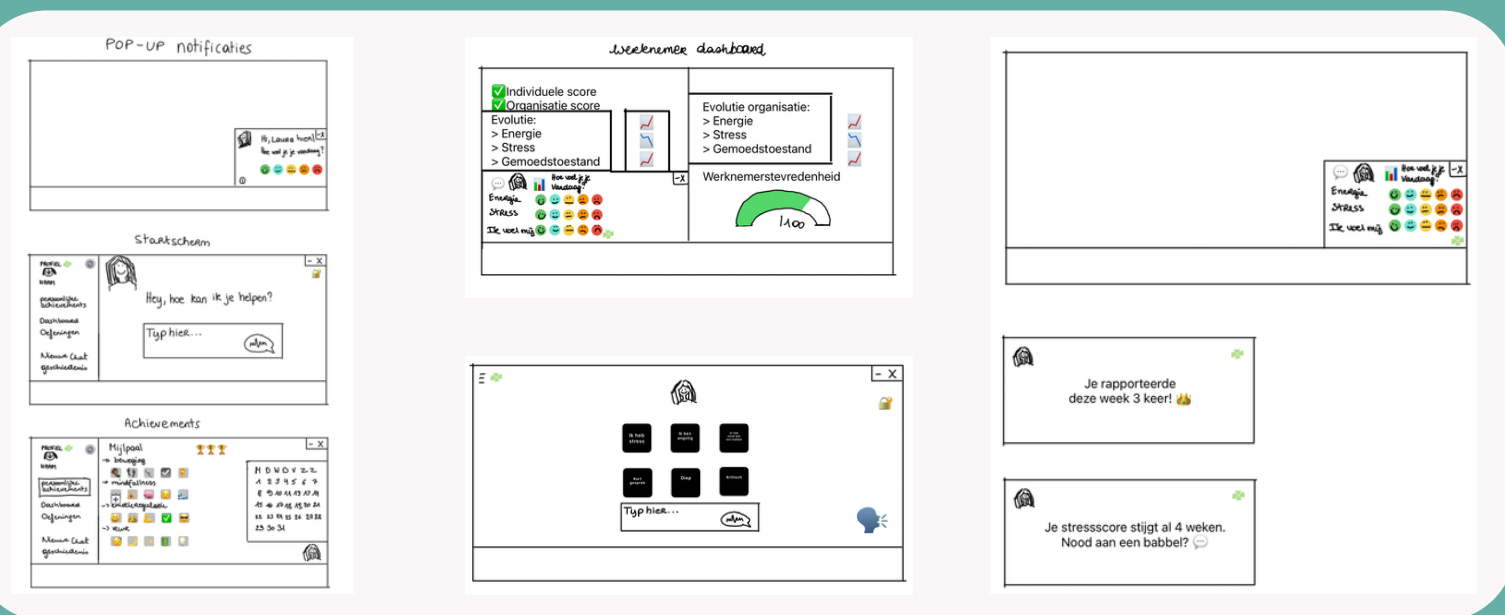
Een tweede onderdeel binnen het gamification-verhaal is de implementatie van een **achievements-tabblad**. Gebruikers kunnen hier **badges** bekijken die ze verdienen door gebruik te maken van de app of het bereiken van **persoonlijke mijlpalen** binnen categorieën zoals mindfulness en emotieregulatie. Voorbeelden van badges zijn 'Eerste check-in', 'Pauze Pionier' en 'Doorzetter'.

Ontwikkeling prototypes

Tijdens een meeting met de challengers legden we onze vier deeloplossingen voor. De meeting leverde nuttige feedback op, zoals de mogelijkheid tot leerpad met niveau's. Na samenspraak met onze begeleiders hebben we besloten om een desktopapp voor werknemers te ontwikkelen.

Als manier om onze oplossingen die focussen op privacy, meldingen en personalisatie te integreren werd voorgesteld om een **onboarding** uit te werken. Deze onboarding wordt getoond tijdens de eerste keer dat iemand Laura.AI opent en bevat alle **essentiële informatie**, zoals **privacyvoorwaarden**, voor een vlot gebruik van de app.

Om onze aanpak te structureren gingen we onze UX-ideeën in een geschetste **wireframe**. Met de structuur uitgetekend op papier kon het designteam aan de slag om prototypes te ontwikkelen.

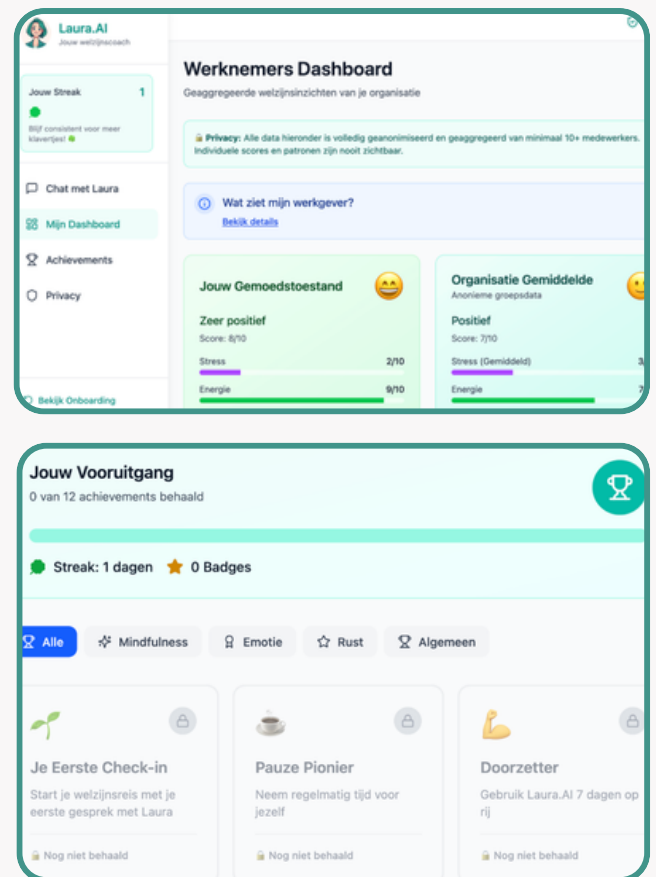


Eerste prototypes: ontwerp en vergelijking van twee Figma-versies

Na de **conceptuele uitwerking** van de vier oplossingen (privacy, gamification, personalisatie en werknemersdashboard) en de **feedbackronde** met begeleiders en challengers, zijn we overgegaan tot het maken van **concrete, interactieve prototypes**. Het doel was om de voorgestelde features te toetsen op gebruiksvriendelijkheid, logische volgorde en ervaren meerwaarde. Omdat we snel verschillende designrichtingen wilden verkennen, gebruikten we **Figma Make**, een AI-gestuurde ontwerpomgeving waarmee we op basis van doelgerichte prompts twee volledige varianten van een desktopapplicatie genereerden.

Beide prototypes delen een gelijkaardige overkoepelende **structuur** en **flow**. Eerst is er een onboarding van meerdere stappen die de gebruiker begeleidt bij het eerste gebruik. Hierin worden de specifieke privacy- en dataverwerkingsprincipes uitgelegd, en de basisinstellingen zoals meldingsvoorkeuren vastgelegd. Na de onboarding opent de hoofdapplicatie met vier vaste tabbladen: een dashboard dat de persoonlijke evolutie toont (met scores voor stress, energie en welzijn en lijn- en staafgrafieken), organisatiegemiddelde, een achievements-overzicht van behaalde mijlpalen en badges, de chatomgeving waarin de gebruiker met Laura.AI interageert (aangevuld met een privacyknop), en ten slotte een instellingen-/privacyscherm met een onboarding die altijd opnieuw kan opgevraagd worden. Daarnaast bevatten beide versies een streak-teller in de vorm van een klavertje vier: het aantal klavertjes groeit wanneer de gebruiker meerdere dagen op een rij actief is, maar reset niet bij een gemiste dag. Dit is een bewuste keuze om geen druk te creëren in een welzijns context.

Versie 1 is vooral **tekstueel** opgesteld. Het dashboard toont twee grafieken: een persoonlijke trendlijn over de afgelopen zeven dagen (met lijnen voor stress, energie en welzijn) en een organisatietrend als gegroepeerd staafdiagram van dezelfde variabelen. De kleuren zijn consequent doorgevoerd: stress is paars, energie is groen en welzijn is blauw, een aanpassing die tijdens het ontwerpproces is gemaakt. Onder de grafieken staat extra visuele info, zoals “Jouw welzijn (8/10) is hoger dan het organisatiegemiddelde (7/10)” en “Je stressniveau is lager dan het groepsgemiddelde”.



De **streak** wordt gepresenteerd als ‘Jouw Streak’ met het klavertje-symbool en de aanmoediging “Blijf consistent voor meer klavertjes!”. Het **achievements-tabblad** toont een overzicht van de mogelijke badges, gegroepeerd in categorieën zoals ‘Je Eerste Check-in’, ‘Pauze Pionier’, ‘Doorzetter’, ‘Zelfinzicht Builder’, ‘Mindfulness Meester’ en ‘Emotie Expert’.

De **chatinterface** van Laura.AI is eenvoudig. De app opent met een begroeting van Laura: "Hallo!" Ik ben Laura, jouw persoonlijke welzijnscoach. Hoe gaat het vandaag met je?" met snelle antwoordopties ("Ik voel me gestrest", "Ik heb energie vandaag", "Ik weet niet goed hoe ik me voel").

Hallo! Ik ben Laura, jouw persoonlijke welzijnscoach. Hoe gaat het vandaag met je?
13:29

Snelle antwoorden:

Ik voel me gestrest

Ik heb energie vandaag

Ik weet niet goed hoe ik me voel

De **privacysectie** is expliciet: er wordt vermeld dat er geen naam, e-mailadres, telefoonnummer of andere direct identificeerbare informatie wordt verzameld zonder expliciete toestemming. Gebruikers kunnen hun data downloaden of verwijderen met een hersteltermijn van 30 dagen, en er is een **contactadres** voor privacyvragen. De **navigatie** bestaat uit een verticale menubalk met de items 'Laura.AI', 'Jouw Streak', 'Chat met Laura', 'Mijn Dashboard', 'Achievements' en 'Privacy'.

Welke Data Verzamelen We?

- > **Gesprekken met Laura**
Jouw chatgeschiedenis, versleuteld opgeslagen
- > **Welzijnsscores**
Stress, energie en algemeen welzijn (1-10 schaal)
- > **Gebruikspatronen**
Wanneer en hoe vaak je Laura gebruikt (voor streak & achievements)
- > **Technische data**
Apparaattype, browser, voor optimale functionaliteit

Let op: We verzamelen GEEN naam, emailadres, telefoonnummer of andere direct identificeerbare informatie zonder je expliciete toestemming.

Jouw Data Beheren

 **Download Jouw Data**
Exporteer een kopie van je opgeslagen gegevens

Download

 **Verwijder Jouw Data**
Permanent verwijderen van al je opgeslagen gegevens (herstelbaar binnen 30 dagen)

Verwijderen

Versie 2 wijkt hiervan af door een **sterkere visuele voorstelling**, met extra nadruk op transparantie via grafische datavisualisatie tijdens de onboarding. Deze animatie maakt duidelijk hoe individuele data worden geanonimiseerd en samengevoegd.

UNIFIED AGGREGATED STREAM

INDIVIDUAL IDENTITY ZONE

Onze beloftes

- ✓ **100% Anoniem:** Je werkgever ziet nooit individuele gesprekken
- ✓ **Versleuteld:** Al je data wordt beveiligd opgeslagen
- 📋 **Minimale groep:** Trends worden alleen getoond bij 10+ gebruikers
- 👁️ **Transparant:** Je ziet exact welke data wordt verzameld



Chat met Laura

Jouw vertrouwelijke welzijnscoach

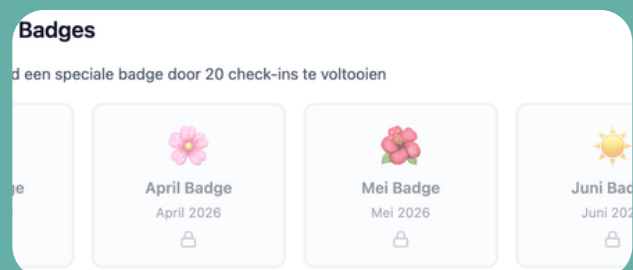
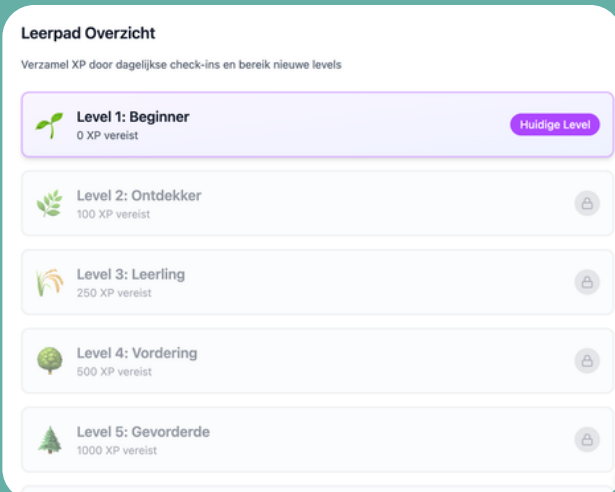
Privacy Samenvatting Geschiedenis Nieuw gesprek

Onderaan de **navigatiebalk** staat ook een **extra knop** met 'Hulp nodig?' en de vermelding 'Vertrouwelijk & Anoniem'. Verder heeft de chat vier extra knoppen: 'Privacy', 'Samenvatting', 'Geschiedenis', 'Nieuw gesprek', waarmee gebruikers hun gesprekshistorie en privacy-instellingen direct kunnen opvragen.

Het achievements-tabblad krijgt in versie 2 een andere invulling, met de focus op een leerpad. Via verschillende levels krijgen gebruikers hun vooruitgang te zien. Daarnaast zijn er ook **maandelijkse badges** die je verdient door bijvoorbeeld 20 check-ins per maand te doen. .

Verder is het **privacyscherm** veel gedetailleerder dan in versie 1: het bevat namelijk vier privacy beloftes en een concrete uitleg van de dataverwerking.

Ook wordt expliciet vermeld welke data worden verzameld en wat niet. De opties om data te downloaden of te verwijderen blijven zoals in versie 1, maar de presentatie is visueler gemaakt.



Kortom, versie 2 zet zwaarder in op visuele (privacy)communicatie terwijl versie 1 kiest voor een tekstueel dashboard zonder level-systeem.

De twee prototypes en uitvoeringen werden vervolgens gebruikt tijdens **cognitive walkthroughs** (n=6), waarin participanten beide versies afwisselend testten. Zo konden we nagaan welke onboarding de voorkeur van participanten geniet en welke aanpak met betrekking tot privacy het beste werkt. De resultaten daarvan hebben geleid tot een derde en finaal prototype, dat in een volgende hoofdstuk zal worden besproken.

Cognitive Walkthroughs

Om de verschillende prototypes te testen voerden we doorheen april en mei **cognitive walkthroughs** uit. We contacteerden respondenten die op het einde van de survey hadden aangegeven bereid te zijn deel te nemen aan het vervolg van onderzoek.

In een eerste ronde werden de eerste twee versies van het prototype afwisselend voorgelegd aan deelnemers. Ze kregen de opdracht om te navigeren door de verschillende vensters, waarbij ze aangemoedigd werden om hun gedachten luidop te delen (**think-aloud**).

Eerst werd de onboarding van versie 1 getoond, daarna de onboarding van versie 2. Vervolgens gebeurde hetzelfde met het app-venster.

Op basis van **zes walkthroughs** werd een aantal beslissingen genomen naar het volgende prototype toe. Als eerste werd beslist om de **datavisualisatie** te schrappen. Hoewel we het als groep een aantrekkelijk idee vonden, was de animatie volgens participanten niet duidelijk en overbodig.

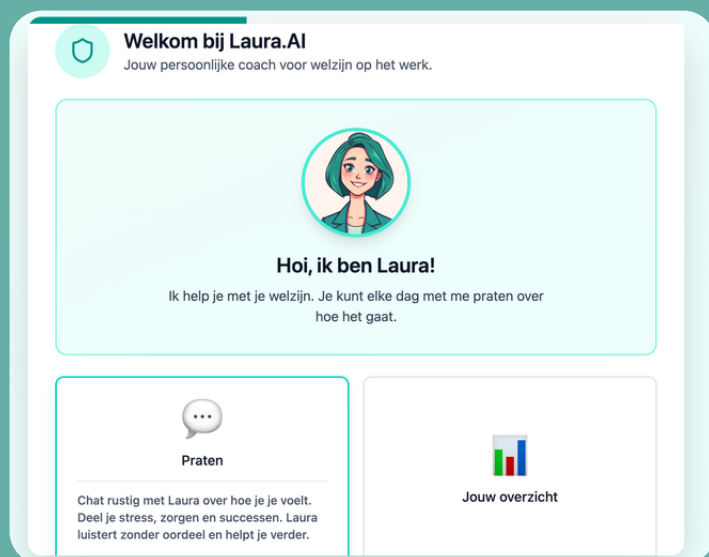
Wat betreft de **meldingen**, kozen we ervoor om deze direct tot de gebruiker te richten ('Hey, hoe gaat het met je?') in de plaats van een zin in de derde persoon ('Laura wil weten hoe het met je gaat'). Bovendien zijn meldingen in het nieuwe prototype standaard uitgeschakeld bij de onboarding. Om het **overzicht** te bewaren, werd de mogelijkheid tot personalisatie van Laura uit de onboarding gehaald en verplaatst naar de instellingen.

Een van de grootste veranderingen in het nieuwe prototype was de **aanpassing** van het **achievements-tabblad**. Het tabblad gaf een gevoel van competitie en druk. We doopten het dan ook om naar '**ontdekken & leren**'. De focus ligt daarbij op de mogelijkheid om tools te verwerven om het **mentale welzijn** te verbeteren. Gebruikers kunnen doelen kiezen, waarna ze korte oefeningen krijgen om dat doel te bereiken op hun eigen tempo.

Binnen het **werknemersdashboard** stelt de nieuwe versie het individu centraal. Organisatie- of teamgemiddelden worden niet meer weergegeven. Daarbovenop worden ook geen scores van de gebruikers getoond. In de plaats daarvan wordt **de mate van stress of energie** weergegeven aan de hand van een woord en een emoji. Wel kunnen gebruikers hun **evolutie** bekijken door op de bijpassende knop te klikken.

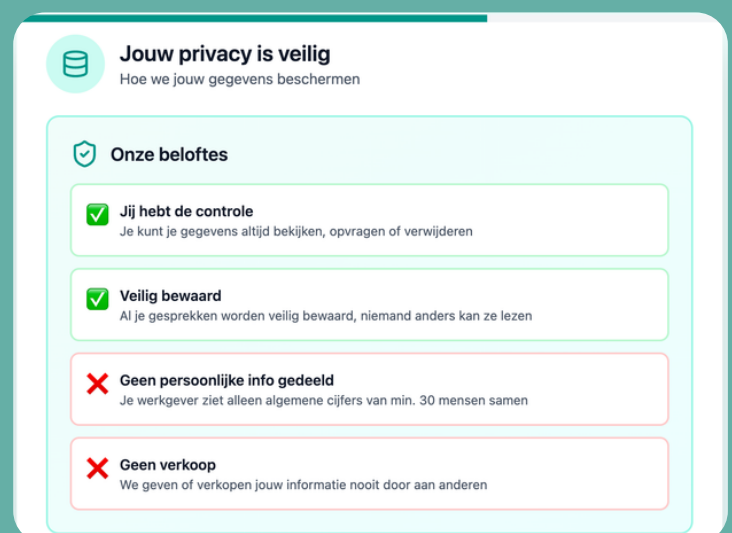
Cognitive Walkthroughs

Het **finale prototype** van Laura.AI is ontworpen als een veilige, laagdrempelige desktopapplicatie die fungeert als een persoonlijke welzijnscoach voor medewerkers. De applicatie biedt werknemers een **vertrouwde omgeving** om hun mentale gezondheid te monitoren, te reflecteren op hun werkdag en direct toegang te krijgen tot wetenschappelijk onderbouwde oefeningen. Het belangrijkste uitgangspunt van het ontwerp is **absolute privacy**: het waarborgen van psychologische veiligheid is de rode draad door de gehele gebruikerservaring. De visuele identiteit sluit hierop aan met een overzichtelijke interface die rust en openheid uitstraalt.

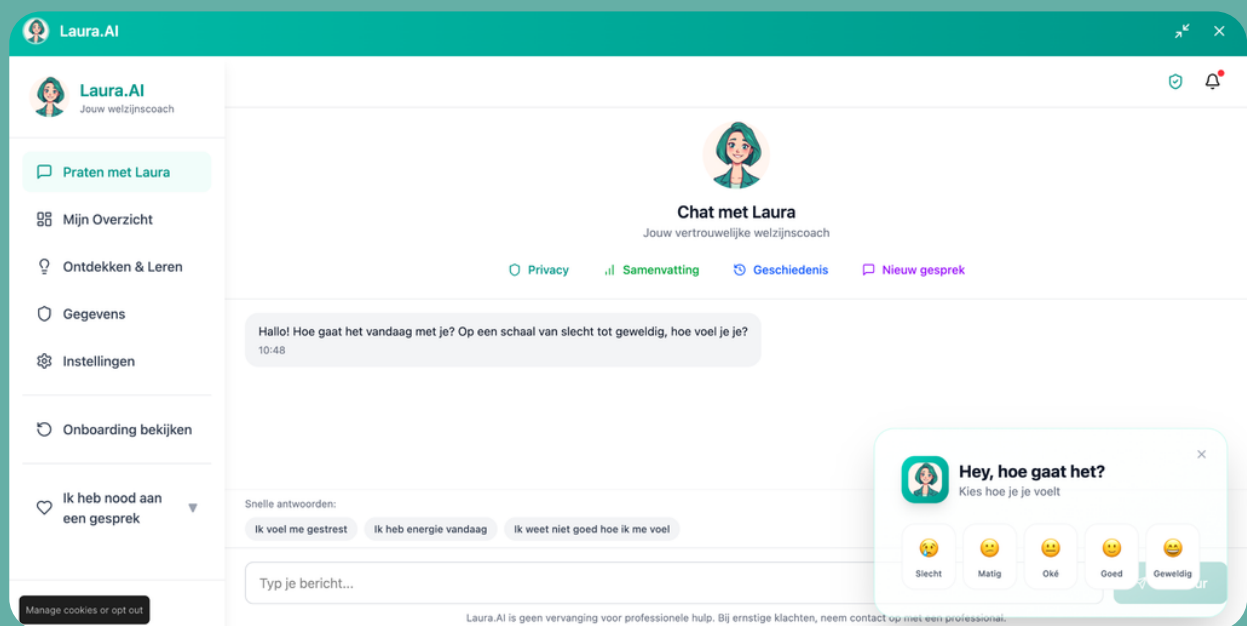


Voordat de app om persoonlijke input vraagt, beantwoordt de onboarding eventuele privacyzorgen. Met duidelijke visuele indicatoren krijgt de medewerker de garantie dat alle gesprekken en scores volledig versleuteld zijn.

De **gebruikersreis** begint op het digitale bureaublad van de werknemer. Bij het openen van de app start een zorgvuldig opgebouwde onboarding-flow. De gebruiker maakt hier kennis met de AI-coach Laura, die zichzelf op een uitnodigende manier introduceert.



Binnen de applicatie navigeert de gebruiker via een vaste, overzichtelijke **linkerzijbalk**. De dagelijkse interactie vindt plaats in de chatomgeving. Om de **drempel** voor de gebruiker zo laag mogelijk te houden, biedt de app handige sneltoetsen om direct te antwoorden. Daarnaast biedt een **subtiële widget** rechtsonder de mogelijkheid om via herkenbare emoji's snel de algemene stemming door te geven. Mocht een medewerker behoefte hebben aan acute, professionele hulp, dan is er in het menu altijd een **permanente knop** voor urgente hulplijnen aanwezig. De app communiceert hierin duidelijk dat AI-coaching geen vervanging is voor crisisopvang.



Aan de bovenkant van de chatomgeving heeft de gebruiker via een aantal subtiële knoppen direct toegang tot **extra chatfunctionaliteiten** en **privacy-inzichten**. Met de knop 'Samenvatting' kan er direct een beknopt overzicht van de lopende chatgesprekken worden opgevraagd, terwijl de opties 'Geschiedenis' en 'Nieuw gesprek' de gebruiker controle geven over het verloop en het starten van een frisse interactie. Daarnaast is er de knop 'Privacy', die direct gekoppeld is aan het herkenbare schild-icoon in de rechterbovenhoek van het venster. Een klik op deze knop opent onmiddellijk het pop-upvenster 'Privacy Snel Overzicht'.

**Privacy Snel Overzicht**

Hoe we jouw data beschermen

**100% Anoniem**

Je werkgever ziet nooit je individuele gesprekken of persoonlijke scores. Alles wordt versleuteld opgeslagen.

**Groeps cijfers**

Je werkgever ziet alleen algemene cijfers van minimaal 30 personen samen. Jouw persoonlijke info blijft privé.

**Jouw Controle**

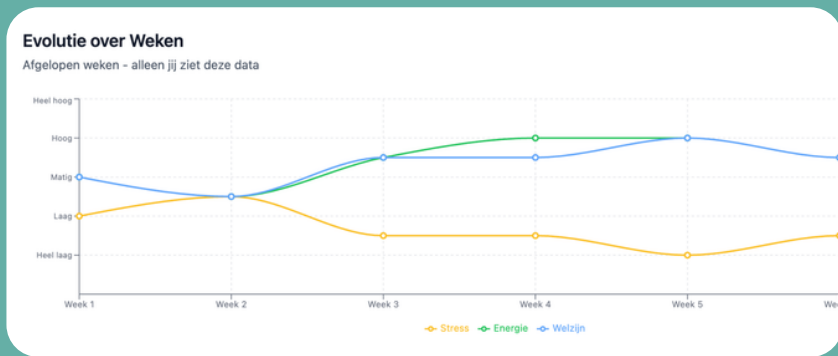
Je kunt je data op elk moment inzien, downloaden of volledig verwijderen via de Privacy pagina.

**Volgens de regels**

We volgen alle Europese privacyregels en beschermen jouw gegevens goed.

Meer details vind je op de [Privacy pagina](#)

22



Alle data uit de dagelijkse check-ins worden overzichtelijk verzameld in de module 'Mijn Overzicht'. Dit **persoonlijke dashboard** vertaalt de interacties naar **heldere, datagestuurde inzichten** zonder de gebruiker te overweldigen. Naast de wekelijkse momentopname kan de gebruiker via de knop 'Bekijk Evolutie' doorschakelen naar een uitgebreide langetermijngrafiek genaamd 'Evolutie over Weken'. Hierdoor kan de medewerker over een **langere periode** patronen herkennen, terwijl een geruststellende melding benadrukt dat deze historische data uitsluitend voor de eigen ogen bestemd is. Onder deze statistieken genereert de app direct **bruikbare, tekstuele adviezen**, zoals de aanbeveling om bij een hoog energieniveau op tijd pauzes in te lassen.

Om de **psychologische veiligheid** op dit dashboard continu te bevestigen, bevindt zich bovenaan een opvallende knop: '**Wat ziet mijn werkgever?**'. Wanneer de gebruiker hierop klikt, opent een gedetailleerd overzichtsvenster dat exact laat zien hoe de datastromen naar de organisatie zijn afgeschermd.

Dit venster maakt via een heldere splitsing duidelijk wat wel en niet zichtbaar is.



Het pop-upvenster toont bovendien een concreet voorbeeld van het daadwerkelijke **werkgeversdashboard**. Hierop ziet de **directie** of **HR-afdeling** een geaggregeerde trendlijn van de afgelopen week. Als laatste neemt het volgende venster de laatste twijfel weg. De app legt helder uit dat de organisatie wel **algemene trends** signaleert (zoals stress of hoge energie), maar dat **individuele situaties** technisch en organisatorisch onmogelijk te achterhalen zijn. Uitspraken zoals "Jan heeft een burn-out", "Maria scoort laag" of "Afdeling X heeft problemen" zijn door de strikte groepsanonimisering en extra privacybescherming uitgesloten.

Wanneer de medewerker actief aan zijn of haar welzijn wil werken, biedt de app een **uitgebreide preventiebibliotheek** onder de knop '**Ontdek & Leer**'. Hier kan de gebruiker **persoonlijke doelen** selecteren. Via **flexibele filters** schakel je snel tussen categorieën zoals ademhaling, slaap, pauzes en emotieregulatie. Dit geeft direct een overzicht van **verschillende oefeningen**. Elke kaart toont direct de benodigde tijd en de focus, waardoor zelfzorg eenvoudig kan worden ingepast in een drukke werkdag. Zodra de gebruiker een oefening start, activeert er bovenaan het scherm een timer. Na het succesvol afronden van de oefening en het verstrijken van de timer, ontvangt de medewerker een welverdiende welzijnsbadge als positieve bekrachtiging.

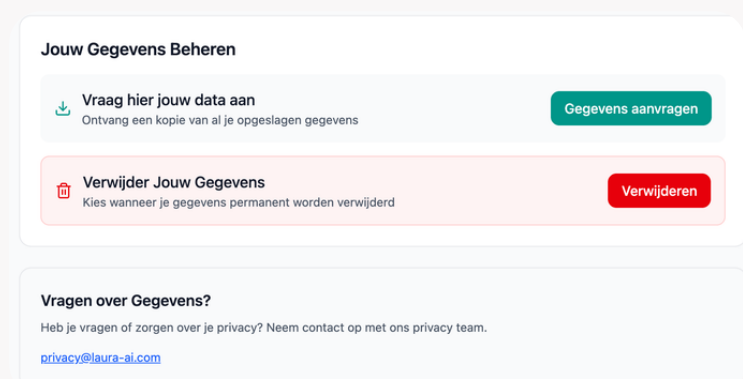
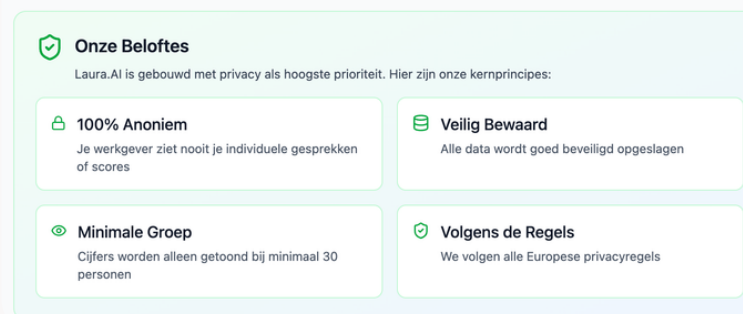


De cirkel van vertrouwen wordt voortgezet in het menu '**Gegevens**'. Hier toont het prototype een transparante infographic die stap voor stap uitlegt hoe de data wordt verwerkt. Om de medewerker de **volledige regie** over de eigen data te geven, bevat dit scherm twee krachtige actieknoppen.

De gebruiker kan op elk gewenst moment een volledige kopie van de opgeslagen welzijnsdata opvragen of via een prominente **rode knop** alle gegevens en de volledige chatgeschiedenis definitief en permanent uit het systeem wissen. Om de **autonomie** te vergroten, kan de gebruiker ervoor kiezen om deze gegevens direct te wissen, of de app opdracht geven dit automatisch te doen na een zelfgekozen periode.

Gegevens & Beheer

Transparantie over hoe we jouw gegevens beschermen en verwerken



Om de applicatie ten slotte volledig af te ronden en af te stemmen op de persoonlijke behoeften en de werkstijl van de medewerker, biedt de module 'Instellingen' uitgebreide **personalisatiemogelijkheden**.

Gebruikers kunnen hier de communicatiestijl van Laura handmatig aanpassen via drie intuïtieve schuifregelaars.

Personalisatie
Pas Laura's toon en stijl aan

Hallo! Hoe gaat het met je welzijn vandaag?

↑ Voorbeeld van Laura's communicatiestijl

Toon
Formeel ————— Vriendelijk

Antwoordlengte
Kort & bondig ————— Uitgebreid

Directheid
Voorzichtig ————— Direct

Meldingen
Kies welke herinneringen je wilt krijgen

Alle meldingen
Uitgeschakeld

Dagelijkse check-in
Herinnering om in te checken

Voorbeeld:
Hey, hoe gaat het?

Badge verdiend
Als je een nieuwe badge hebt gekregen

Voorbeeld:
Badge behaald! 🏆

Daarnaast biedt deze module een uitgebreid beheer over het **notificatiesysteem**. Werknemers kunnen alle meldingen in één keer in- of uitschakelen, of er specifiek voor kiezen om subtiele herinneringen te ontvangen. Dit maakt het prototype van Laura.AI tot een uiterst **gebalanceerd** en **mensgericht** product dat erin slaagt om **data-inzichten**, **verregaande personalisatie** en **preventieve psychologische zorg** op een volstrekt veilige manier te integreren in de dagelijkse workflow.

Cognitive Walkthroughs

Om te onderzoeken of het finale prototype gebruikers kan bekoren, voerden we nieuwe cognitive walkthroughs (n=5) uit.

De feedback op het finale prototype van de Laura.AI-applicatie is over het algemeen zeer positief, waarbij de **gebruiksvriendelijkheid** en het **intuïtieve, minimalistische** design als de grootste sterktes worden benoemd. Deelnemers waarderen de interface en het gebruik van emoji's, wat de app een vriendelijke en **toegankelijke** uitstraling geeft en de tekstuele informatie verduidelijkt. De onboarding werd als zeer prettig ervaren omdat er extra informatie achter uitklapbare icoontjes is geplaatst, waardoor de eerste indruk niet overweldigend is. Ook de sectie 'Ontdekken en leren' met **ademhalingsoefeningen** en doelen werd goed onthaald, waarbij de ingebouwde timer en de **laagdrempeligheid** als sterke pluspunten naar voren komen. Wel is er een suggestie om oefeningen in een **volledig scherm** aan te bieden met rustgevende animaties om de focus te verhogen.

Wat betreft de chatfunctionaliteit zijn de meningen over de voorgeprogrammeerde antwoorden verdeeld; hoewel ze voor sommigen de **drempel verlagen** om een gesprek te starten, merken anderen op dat deze na de eerste interactie niet altijd meer logisch aansluiten op het gesprek of dat ze liever een volledig lege chat hebben om zelf de regie te voeren. Een verbeterpunt is de behoefte aan verregaande **personalisatie**, waarbij gebruikers niet alleen de toon van de AI willen aanpassen, maar ook het uiterlijk van de coach zouden willen veranderen naar bijvoorbeeld een dier (zoals een kat) om een vertrouwde band op te bouwen.

Op het gebied van privacy en de rol van de werkgever zijn de gebruikers grotendeels gerustgesteld door de **transparantie** in de app en de expliciete meldingen dat gegevens privé blijven. Het geanonimiseerde overzicht voor de werkgever wordt als een **waardevol** instrument gezien om patronen van stress binnen teams te herkennen, al blijft er een gezonde **voorzichtigheid** bestaan over wat de baas precies kan zien. Een specifiek kritiekpunt betreft de **pop-upmeldingen** op het bureaublad, die als storend of zelfs gênant kunnen worden ervaren in een professionele context, zoals tijdens een presentatie waarbij collega's meekijken. Ten slotte wordt het beloningssysteem met badges gewaardeerd als een effectieve motivator, vergelijkbaar met systemen in populaire apps als Duolingo, waarbij gebruikers zelfs voorstellen dit uit te breiden naar een 'verzamelboek' om de betrokkenheid op lange termijn te vergroten. Concluderend wordt Laura.AI gezien als een **waardevolle, drempelverlagende aanvulling** op de bestaande welzijnsondersteuning.

Conclusie

Met dit onderzoek hebben we de wensen van het Laura.AI-team en de behoeften van de werknemers proberen samen te brengen. Door de **werknemer centraal** te zetten in ons ontwerpproces, hebben we van een abstract idee een heel concreet eindproduct gemaakt.

Dankzij de survey ontdekten we op tijd dat praten tegen een app op de werkvloer niet werkt door een gebrek aan privacy, waardoor we succesvol zijn overgestapt naar een chat-app op de computer. Het finale prototype laat zien dat we de feedback uit de tests efficiënt hebben gebruikt om de app te verbeteren. Zo hebben we een ingewikkelde data-animatie weggelaten en vervangen door duidelijke privacybeloften, wat voor meer rust en vertrouwen zorgt.

Ook de andere functies, zoals het eigen dashboard, de badges/leertips zonder extra druk en de snelle emoji-meldingen, zorgen ervoor dat werknemers de app makkelijk en veilig kunnen gebruiken. De algemene conclusie is dan ook dat Laura.AI in deze finale vorm een balans heeft gevonden tussen slimme AI-technologie en de privacy van de werknemer.

Kritische reflectie

Hoewel de ontwikkeling van Laura.AI een nobel doel dient, namelijk een betere werkomgeving, kunnen verschillende kritische reflecties worden gemaakt bij het idee van een mentale gezondheidscoach voor werknemers gekoppeld aan een dashboard voor managers.

Een bedenking bij onze eigen oplossingen is dat deze zich louter situeren binnen de applicatie. Extra **omkadering** op de werkvloer, in de vorm van workshops of presentaties die werknemers de mogelijkheden van Laura.AI tonen, kan de adoptie van de applicatie verder bevorderen.

Verder rijzen er **vragen** over het gebruik van artificiële intelligentie in verband met **mentale gezondheid**. Ten eerste, de noodzaak aan correcte informatie wanneer het gaat over mentaal welzijn. Bij het inzetten van AI hiervoor is absolute **voorzichtigheid** dan ook geboden, want hallucinaties zijn inherent aan de werking van LLM's.

Laura.AI tracht dit risico te verkleinen door het toevoegen van wetenschappelijke bronnen, waarbij het model binnen bepaalde grenzen blijft. Toch dient een bijzonder rigoureuze aanpak zich op, want het gebruik van extra datasets (RAG) sluit hallucinaties niet uit (Zhang & Zhang, 2025).

Ten tweede, dient het potentiële risico zich aan dat menselijke relaties ondergeschikt worden ten opzichte van mens-computerinteracties. "Technologie mag ondersteunen, maar niet vervangen wat wezenlijk menselijk is.", zo klinkt het bij psychiater Dirk De Wachter (Dewaele & De Smet, 2025). Hij vreest een "valse verbinding tussen patiënt en therapeut" (Pano & Lambrechts, 2025). Bovendien valt de **toxische positiviteit** van chatbots op, terwijl "we als therapeut weerstand moeten kunnen bieden en vanuit professioneel standpunt ook moeilijke zaken durven benoemen, weliswaar op een respectvolle en vriendelijke manier." (Pano & Lambrechts, 2025). **Doorverwijzing** naar echt menselijk contact is volgens De Wachter dan ook cruciaal. Laura.AI implementeert dit via een doorverwijzing in chat en een aparte link naar externe hulp, maar de personificatie en gelijkenis met menselijke antwoorden stemmen tot nadenken.

Tot slot is er nog de piste van een applicatie zonder gekoppeld **werkgeversdashboard**. Hoewel we deze optie tijdens dit project niet diepgaand hebben verkend, verdient ze zeker aandacht. Ons gebruikersonderzoek wees immers uit dat het werkgeversdashboard een belangrijke oorzaak vormt van weerstand tegenover gebruik van Laura.AI. In de walkthroughs bleef het minimumaantal deelnemers voor aggregatie een heikel punt, en stelden verschillende participanten de garantie van anonimiteit in vraag. Ook in de survey kozen de meeste respondenten voor 30+ als ondergrens, maar omdat dit de hoogste antwoordoptie was, ligt het werkelijke getal waarschijnlijk nog hoger. Is dit dan geen motivatie om het werkgeversdashboard uit de applicatie te halen? Dat kan, maar dat haalt het huidige businessmodel waarop Laura.AI hoopt te steunen misschien onderuit. Want kan je CEO's, managers en HR-afdelingen investeringen laten maken zonder dat ze daar iets tastbaars voor terugkrijgen?

Het is moeilijk om Laura.AI te zien functioneren binnen een bedrijfslogica wanneer het werkgeversdashboard niet als functie wordt meegeleverd. Dit blijft echter een ongetoetste aanname. Verder onderzoek kan nagaan of werkgevers een dashboard effectief als voorwaarde stellen bij de investering in Laura.AI. Misschien spreken de resultaten van dat onderzoek deze aanname tegen en is een aantoonbaar lager ziekteverzuim of een betere werksfeer voor werkgevers uiteindelijk tastbaar genoeg.

Bedankt voor het lezen!



Team Laura.AI

Bibliografie

- Al-Oraini, B. S. (2025). Chatbot dynamics: trust, social presence and customer satisfaction in AI-driven services. Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/jidt-08-2024-0022>
- Bhattacharjee, A. (2002). Individual Trust in Online Firms: Scale Development and Initial Test. *Journal of Management Information Systems*, 19(1), 211–241. <https://doi.org/10.1080/07421222.2002.11045715>
- Carbon, C. C. (2019). Psychology of design. *Design Science*, 5, e26. <https://doi.org/10.1017/dsj.2019.25>
- De Marez, L., Georges, A., Sevenhant, R. & Devos, E. (2025). Imec.digimeter.2024. Digitale trends in Vlaanderen. Imec.
- Dewaele, G., & De Smet, D. (2025, 29 september). "Wat ik vooral zie, is eenzaamheid". demens.nu. <https://demens.nu/2025/09/29/wat-ik-vooral-zie-is-eenzaamheid/>
- Diller, S. J. (2024). Ethics in digital and AI coaching. *Human Resource Development International*, 27(4), 584–596. <https://doi.org/10.1080/13678868.2024.2315928>
- Følstad, A., Nordheim, C. B., & Bjørkli, C. A. (2018). What Makes Users Trust a Chatbot for Customer Service? An Exploratory Interview Study. In *Lecture notes in computer science* (pp. 194–208). https://doi.org/10.1007/978-3-030-01437-7_16
- Hong, W., & Thong, J. Y. L. (2013). Internet Privacy Concerns: An Integrated Conceptualization and Four Empirical Studies. *MIS Quarterly*, 37(1), 275–298.
- Lee, C. P. (2024, May 11). Design, Development, and Deployment of Context-Adaptive AI Systems for Enhanced User Adoption. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*. <https://doi.org/10.1145/3613905.3638195>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- Niu, B., & Mvondo, G. F. N. (2024). I Am ChatGPT, the ultimate AI Chatbot! Investigating the determinants of users' loyalty and ethical usage concerns of ChatGPT. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 76. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103562>
- Pano, & Lambrechts, J. (2025, 30 oktober). Dirk De Wachter als AI-therapeut: zin en onzin van AI-therapie. VRT NWS. <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2025/10/28/dirk-de-wachter-als-ai-therapeut-zin-en-onzin-ai-therapie/>

