



 CONTACTWORX

WHITEPAPER | JUNI 2026

Als AI het makkelijke werk overneemt, wat blijft er dan over?

Waarom medewerkerbeleving de ontbrekende dimensie is bij AI in klantcontact

Voor professionals in de klantcontactwereld die AI niet alleen op klant, kosten en efficiency willen beoordelen.

Een whitepaper van ContactWorx

AI verandert klantcontact. De medewerkerkant moet mee in de businesscase.

AI verandert klantcontact in hoog tempo, en businesscases beoordelen die verandering vrijwel altijd op klanttevredenheid, kosten en efficiency. Managers kijken daarbij niet of nauwelijks naar de impact van AI op hun medewerkers, terwijl onderzoek laat zien dat juist op dat vlak veel verandert.

Ondersteunende AI kan de productiviteit verhogen, nieuwe medewerkers sneller op niveau brengen en het verloop onder starters verlagen. Tegelijk zorgt AI voor veranderingen in de inhoud van het werk: eenvoudige contacten verdwijnen, het overblijvende werk wordt complexer en emotioneel zwaarder, gewonnen tijd wordt vaak opgevuld met nieuwe taken en rustpunten in de werkdag verdwijnen. Monitoring door middel van AI hangt bovendien samen met meer ervaren stress. Of AI ook leidt tot meer ziekteverzuim en verloop is niet aangetoond, maar het wordt in klantcontact dan ook nauwelijks direct gemeten. En dat is geen reden voor gerustheid, maar voor actie.

Organisaties moeten de impact van AI-toepassingen niet alleen beoordelen op klant, kosten en efficiency, maar ook op werkdruk, herstelruimte, autonomie, vakmanschap, werkplezier, ziekteverzuim en verloop. Deze whitepaper zet het beschikbare onderzoek op een rij en biedt een praktisch meet- en vraagkader om de medewerkerbeleving vanaf de allereerste pilot mee te nemen.

Kern van deze whitepaper

AI in klantcontact moet niet alleen worden beoordeeld op klanttevredenheid, kosten en efficiency, maar ook op medewerkerbeleving, werkdruk, herstelruimte, autonomie, vakmanschap, werkplezier, ziekteverzuim en verloop.

Het stuk is geschreven voor mensen die de klantcontactpraktijk kennen: managers, teamleiders, WFM, HR, opdrachtgevers, outsourcers en leveranciers.

Wat onderzoek laat zien, en wat nog open ligt

+14%

gemiddelde productiviteitsstijging

In de veldstudie van Brynjolfsson, Li en Raymond steeg de productiviteit gemiddeld met circa 14 procent.

+30%

meer opgeloste vragen bij starters en minder ervaren medewerkers

De grootste winst zat bij medewerkers die nog niet volledig op niveau waren.

?

verzuim door AI is nog niet hard vast te stellen

Precies daarom is meten per team nodig: vóór, tijdens en na de AI uitrol.

56%

Van de Cornell respondenten zegt dat geautomatiseerde coaching en feedback het werk stressvoller maakt.

68%

Van de Cornell respondenten zegt dat AI die de werkplek volgt, zoals spraak, schermregistratie en realtime monitoring, het werk stressvoller maakt.

De les is niet dat AI slecht is. De les is dat ondersteunende AI en controlerende AI totaal anders kunnen uitpakken voor medewerkerbeleving.

De ontbrekende dimensie in veel AI beslissingen

In vrijwel elke businesscase voor AI in klantcontact staan dezelfde kolommen: wat levert het op voor de klant, wat bespaart het aan kosten en hoeveel efficiënter wordt het proces. De vierde kolom, hoe het werk voor medewerkers verandert, ontbreekt bijna altijd.

TNO onderzocht recent vier Nederlandse organisaties die AI invoerden en stelde vast dat de deelnemende organisaties vooraf maar beperkt stilstonden bij de gevolgen voor taken en arbeidsomstandigheden. Die kwamen pas in beeld toen de uitrol al liep [1].

Vanuit de praktijk van ContactWorx herkennen we dat beeld. AI verandert niet alleen processen, maar ook het werk zelf. In gesprekken die wij voeren met klantcontactorganisaties die met AI werken, komen signalen terug over zwaarder voelend werk, meer correctiewerk en zorgen over werkdruk; in sommige gevallen zijn ook ziekteverzuim en verloop gestegen. Zulke signalen vormen geen harde bewijzen van oorzaken. Maar ze laten wel zien waarom de medewerkerkant van AI expliciete aandacht verdient.

We pakken dit onderwerp op vanuit onze eigen praktijk. ContactWorx voert dagelijks klantcontact uit voor uiteenlopende organisaties, en we zien van dichtbij wat AI doet met het werk, de druk en het vakmanschap van medewerkers. Juist die kant blijkt in beslissingen over AI vaak te ontbreken.

Die kant heeft een naam: medewerkerbeleving, in vakjargon Employee Experience of EX. Waar de klantbeleving in de meeste organisaties tot op teamniveau en tot achter de komma wordt gevolgd, wordt de medewerkerbeleving rond AI-invoering zelden systematisch gevolgd.

Deze whitepaper zet het onderzoek over AI en het werk in klantcontact op een rij en biedt een concreet kader om de medewerkerbeleving net zo serieus te toetsen als de klantbeleving.

Waar klantbeleving vaak nauwkeurig wordt gevolgd, blijft medewerkerbeleving rond AI invoering vaak impliciet.

De positieve kant is reëel

Het onderzoek naar AI in klantcontact laat allereerst winst zien. De bekende grote veldstudie naar generatieve AI in klantcontact van de economen Brynjolfsson, Li en Raymond volgde ruim vijfduizend medewerkers die een AI-assistent kregen die tijdens het gesprek suggesties gaf. De productiviteit steeg gemiddeld met zo'n 14 procent. Nieuwe en minder ervaren medewerkers profiteerden het meest: zij losten ruim 30 procent meer vragen op en kwamen sneller op niveau. Klanten gedroegen zich vriendelijker en vroegen minder vaak om een leidinggevende. Het verloop daalde, vooral onder nieuwe medewerkers [2].

Breder onderzoek bevestigt dat beeld: AI op de werkvloer pakt niet per definitie negatief uit. De OESO ondervroeg duizenden werknemers in zeven landen, in de financiële sector en de industrie. De meeste gebruikers zijn positief over wat AI met hun werk doet, al bestaan er duidelijke zorgen over baan zekerheid [3].

Een studie op basis van langlopende Duitse panelgegevens over het welzijn van werknemers vond geen aantoonbaar groot negatief effect van AI op de mentale gezondheid. Daarbij horen twee kanttekeningen: de gegevens lopen tot 2020 en gaan dus grotendeels over de periode vóór de huidige generatie AI, en werknemers in beroepen waar AI veel veranderde, werden wel iets minder tevreden over hun baan [4].

Belangrijk is de aard van de AI in deze studies: een hulpmiddel voor de medewerker, geen sturingsinstrument. Dat onderscheid loopt door vrijwel al het onderzoek heen en bepaalt in hoge mate of AI goed of slecht uitpakt voor de medewerkerbeleving.

Belangrijk onderscheid

In de studies met de meest positieve uitkomsten is AI vooral een hulpmiddel voor medewerkers, geen sturingsinstrument. Dat onderscheid bepaalt voor een groot deel hoe AI uitpakt voor de medewerkerbeleving.

Voor klantcontactorganisaties is de vraag dus niet alleen óf AI wordt ingezet, maar vooral hoe de gewonnen tijd, informatie en sturing worden gebruikt.

Drie mechanismen die klantcontactorganisaties moeten kennen

Tegenover de winsten die bedrijven met AI boeken staan drie mechanismen die het werk veranderen. Geen van de drie is een argument tegen AI; alle drie zijn wel redenen om de invoering anders in te richten.

Het restwerk wordt zwaarder

AI neemt eerst het eenvoudige werk over. Het Nederlandse e-commercebedrijf HelloPrint, een van de cases in het TNO-onderzoek, laat zien wat dat betekent. Het AI-systeem Anna handelt er 83 procent van alle chats en e-mails zelfstandig af. De klantenservice kromp van ongeveer honderd naar twintig medewerkers, niet via ontslagen maar via natuurlijk verloop. Voor wie bleef, veranderde het werk ingrijpend: de moeilijkheidsgraad per ticket steeg sterk, de inwerktijd voor nieuwe medewerkers liep op naar twee tot drie maanden en de emotionele belasting nam toe. Dat komt mede doordat medewerkers klanten opvangen die al gefrustreerd zijn door een fout of half antwoord van de bot. Daar staat tegenover dat het werk gevarieerder en uitdagender werd en medewerkers meer beslissruimte kregen [1]. Wordt het overblijvende werk aantoonbaar complexer, emotioneler en zwaarder, dan is dat niet alleen een werkdrukvraag. Het raakt ook aan opleiding, begeleiding, doelstellingen en op termijn aan functiewaardering en beloning. Een functie die structureel zwaarder is geworden, vraagt op al die punten om een nieuwe afweging.

Tijdswinst wordt gevuld

Bij verzekeraar a.s.r. leverde automatische gespreksverslaglegging klantcontactmedewerkers 20 procent tijdswinst op. Die tijd werd vrijwel meteen opgevuld met extra taken, zoals het afhandelen van declaraties, zonder dat daar een bewuste keuze aan voorafging. Tegelijk werden de overgebleven telefoongesprekken complexer doordat de chatbot op de website de eenvoudige vragen afvangt [5].

Rustpunten verdwijnen

TNO en RIVM wezen er begin 2025 op dat routinetaken in het werk een herstelfunctie hebben: ze bieden medewerkers de gelegenheid om bij te komen van een reeks elkaar opvolgende complexere taken. Verdwijnen die rustpunten, dan verdwijnt ook de buffer tegen mentale belasting [6]. In klantcontact weegt dit zwaarder dan in veel andere beroepen. Medewerkers bepalen hun werktempo en de afwisseling tussen taken maar zeer beperkt zelf: de aanvoer van contacten wordt gedictieerd door wachtrijen, roosters, servicelevels en beschikbare capaciteit. Die regelruimte is beperkt, en juist daarom zijn eenvoudige taken en rustpunten in het werk van klantcontactmedewerkers extra belangrijk.

Geen van deze drie mechanismen is een argument tegen AI. Ze zijn wel een reden om de invoering anders in te richten.

Wanneer AI gaat meekijken, verandert de medewerkerbeleving

AI verandert niet alleen het werk inhoudelijk, maar ook de manier waarop medewerkers worden gevolgd en aangestuurd. Spraakanalyse, sentimentanalyse, automatische coaching en gesprekscores zijn technisch beschikbaar en worden ook op de Nederlandse markt aangeboden [8]. Dergelijke toepassingen zijn inmiddels in gebruik bij banken, verzekeraars, e-commercebedrijven en andere organisaties.

Onderzoekers van Cornell University ondervroegen bijna drieduizend Amerikaanse contactcentermedewerkers. De respondenten bleken geen tegenstander van AI: hulpmiddelen die informatie opzoeken of werk uit handen nemen, worden gewaardeerd. Maar ongeveer de helft vond dat de meeste AI-hulpmiddelen het werk per saldo stressvoller maken. Bij geautomatiseerde coaching en feedback zegt 56 procent dat; bij AI die de werkplek volgt, zoals spraak- en schermregistratie en realtime monitoring van gesprekken, 68 procent. De deelnemers aan dit onderzoek werden deels via een vakbond geworven, wat het beeld kan kleuren, maar de uitkomst is consistent met ander Amerikaans onderzoek. Eerstelijns medewerkers ervaren geautomatiseerde monitoring vooral als middel gericht op discipline en controle [9][10].

56%

vindt geautomatiseerde coaching en feedback stressvoller

Cornell onderzoek onder Amerikaanse contactcentermedewerkers.

68%

vindt AI werkplekmonitoring stressvoller

Bijvoorbeeld spraak, schermregistratie en realtime monitoring.

In termen van medewerkerbeleving raakt dit aan autonomie, vertrouwen en vakmanschap. Dat zijn factoren die sterk samenhangen met werkplezier en met het behoud van medewerkers. Onderzoek uit een andere sector onderstreept dat dit serieus moet worden genomen: in de Zweedse logistiek rapporteren werknemers die sterk algoritmisch worden aangestuurd ruim twee keer zo vaak psychische klachten. Dat onderzoek gaat niet over klantcontact, maar het past in het bredere beeld: AI die vooral controleert, kan zorgen voor meer stress, onzekerheid en een lagere werktevredenheid [11].

Voor de klantcontactpraktijk is dit geen technisch detail. Het raakt autonomie, vertrouwen, coaching en vakmanschap.

Wat we weten. En wat we nog niet hard kunnen bewijzen.

Of er een relatie bestaat tussen AI en ziekteverzuim in klantcontact, is op basis van de beschikbare bronnen nog niet vast te stellen. Daarnaast blijkt uit de overzichtstudies dat klantcontact en verzuim in relatie tot technologie onderbelicht zijn [12].

Op het vlak van verloop is wel onderzoek gedaan. In de eerder aangehaalde veldstudie van Brynjolfsson, Li en Raymond daalde het verloop juist na invoering van de AI-assistent, vooral onder nieuwe medewerkers [2]. Ook de HelloPrint-case toont geen verloop-effect van AI; maar daar werd het natuurlijk verloop wel expliciet benut om het team zonder ontslagen te verkleinen [1].

Wat vaststaat: de mechanismen die het werk zwaarder kunnen maken, zijn in onderzoek goed gedocumenteerd, en het zijn precies de factoren die in arbeidsonderzoek samenhangen met uitval. Wie vandaag stellig beweert dat AI verzuim veroorzaakt, overspeelt zijn hand. Wie beweert dat het allemaal wel meevalt, trouwens ook. De enige houdbare conclusie is dat organisaties dit zelf moeten gaan meten. Dat kan, en het hoeft niet ingewikkeld te zijn.

Wie vandaag stellig beweert dat AI verzuim veroorzaakt, overspeelt zijn hand. Wie beweert dat het allemaal wel meevalt, trouwens ook.

Niet overspelen

Geen harde claim dat AI verzuim veroorzaakt.

Niet wegwuiven

De mechanismen achter hogere werkdruk zijn wel zichtbaar.

Zelf meten

Leg effecten per team vast rond de AI uitrol.

Meet en bevraag de medewerker zoals je de klant meet

De meeste klantcontactorganisaties die hun klanttevredenheidsonderzoek serieus nemen, kennen hun scores tot op teamniveau en weten welke invloed teams daarop hebben. De medewerkerbeleving rond de invoering van AI-toepassingen wordt zelden met dezelfde precisie gevolgd. Dat is op te lossen met twee dingen: meten en vragen stellen. Cijfers laten zien waar iets verandert, gesprekken laten zien waarom. Dashboards alleen zijn onvoldoende.

Meet per team, voor en na elke AI-uitrol. We kiezen bewust voor teamniveau en niet voor het volgen van individuele medewerkers: het gaat om het signaleren van patronen, niet om het beoordelen van personen.



Een nulmeting vóór de uitrol is hierbij voorwaarde. Zonder nulmeting wordt elke latere discussie over het effect van AI een uitwisseling van indrukken.

Waarom teamniveau?

Zo zie je patronen zonder individuele medewerkers te beoordelen.

Waarom gesprekken?

Cijfers tonen dát iets verandert. Gesprekken tonen waarom.

Wanneer?

Vóór de uitrol, na 30 dagen en opnieuw na 90 dagen.

Wat organisaties moeten meten

Niet om personen af te rekenen, maar om patronen zichtbaar te maken die anders buiten de businesscase vallen.

VARIABELE	WAT MEET JE?	WANNEER EN NIVEAU
Werkdruk	ervaren werkdruk via korte periodieke metingen, de verhouding tussen eenvoudige en complexe contacten en de nawerktijd per contact.	Per team, vóór en na AI uitrol
Herstelruimte	de afwisseling tussen eenvoudig en complex werk binnen een dienst, bijvoorbeeld het aandeel eenvoudige contacten per medewerker per dienst, en de hoeveelheid geplande hersteltijd in het rooster.	Per team, vóór en na AI uitrol
Autonomie	het aandeel AI-suggesties dat medewerkers aanpassen of negeren, en of zij dat kunnen doen zonder dat het hun beoordeling of targets raakt.	Per team, vóór en na AI uitrol
Vakmanschap	de inwerktijd van nieuwe medewerkers, opleidingsuren en doorgroei.	Per team, vóór en na AI uitrol
Correctiewerk	de tijd die medewerkers besteden aan het herstellen van AI-fouten, als aparte categorie in de registratie. Wat niet apart wordt geregistreerd, blijft onzichtbaar in de businesscase.	Per team, vóór en na AI uitrol
Werkplezier	de medewerkertevredenheid per team, gekoppeld aan de uitrolmomenten van AI.	Per team, vóór en na AI uitrol
Ziekteverzuim	de meldingsfrequentie en het kort verzuim per team rond de uitrol. Dit toont correlatie, geen oorzaak; juist daarom is vastleggen belangrijk.	Per team, vóór en na AI uitrol
Verloop	het verloop in de eerste negentig dagen en het totale verloop per team.	Per team, vóór en na AI uitrol

Vraag actief door en ontwerp de invoering bewust

Bevraag medewerkers actief

- voer per kwartaal een teamgesprek over wat in het werk is veranderd, wat zwaarder en wat lichter is geworden;
- neem in elk exitgesprek een vaste vraag op over AI en werkinhoud;
- plan een vaste teamreflectie na elke uitrol, bijvoorbeeld na negentig dagen;
- geef medewerkers een laagdrempelig kanaal om AI fouten en knelpunten te melden, en koppel terug wat met die meldingen gebeurt.

Vier principes voor verantwoorde invoering

1

Zet AI in als hulpmiddel, niet als meetlat. Laat medewerkers AI suggesties negeren zonder dat dit hun beoordeling raakt.

2

Geef tijdswinst deels terug aan het team. Bouw bewust rustpunten in als routinetaken verdwijnen.

3

Herijk de functie als het werk aantoonbaar zwaarder wordt. Kijk ook naar inwerkprogramma, begeleiding, doelstellingen, functiewaardering en beloning.

4

Zet HR en WFM in de stuurgroep van elk AI project en maak iemand verantwoordelijk voor de medewerkerkant van de businesscase.

Ontwerpvrage

Gebruik je AI als hulpmiddel voor het team, of vooral als meetlat?

Capaciteitsvrage

Wat gebeurt er met gewonnen tijd: ontlasten, opschalen of hogere targets?

HR vrage

Past opleiding, begeleiding en waardering nog bij het werk dat overblijft?

Loop bij elke AI beslissing deze drie vragenblokken langs

Werkinhoud

welke taken neemt AI over en welk werk blijft er over; verdwijnen daarmee ook de rustpunten in de werkdag; hoeveel controle- en correctiewerk komt erbij en is dat ingecalculleerd?

Sturing en autonomie

wordt AI ook gebruikt om te controleren en weten medewerkers dat; kunnen zij suggesties negeren zonder afrekening; zijn zij betrokken bij ontwerp, testfase en evaluatie; krijgen zij training in het beoordelen van wat de AI oplevert?

Metten en vooruitkijken

wordt de productiviteitswinst gebruikt om medewerkers te ontlasten of alleen om doelstellingen te verhogen; worden werkdruk, werkplezier, ziekteverzuim en verloop voor en na de invoering gemeten en besproken; en hoe ziet het werk van de medewerker eruit over twee tot drie jaar, als AI opnieuw beter is geworden en nog meer eenvoudige contacten overneemt?

Conclusie: de businesscase is pas compleet met de medewerkerkant

De inzet van AI-toepassingen in klantcontact lost werkdruk niet vanzelf op, en is evenmin een bewezen oorzaak van verzuim of verloop. De uitkomst hangt af van de inrichting. AI die medewerkers ondersteunt, kan de productiviteit verhogen, starters sneller op niveau brengen en het verloop onder nieuwe medewerkers verlagen. AI die vooral eenvoudig werk wegneemt, de winst omzet in hogere doelstellingen en de monitoring versterkt, maakt het werk complexer, intensiever en mentaal zwaarder. Het risico van die strategie: hogere werkdruk, lagere kwaliteit en op termijn mogelijk meer uitval of verloop.

De opdracht voor klantcontactorganisaties is daarmee helder. Beoordeel AI niet alleen op klanttevredenheid, kosten en efficiency, maar even expliciet op werkdruk, herstelruimte, autonomie, vakmanschap, werkplezier, ziekteverzuim en verloop. Begin met een nulmeting, blijf meten en blijf het gesprek met medewerkers voeren. De vraag of AI bijdraagt aan verzuim en verloop verdient een beter antwoord dan een vermoeden, en dat antwoord begint bij organisaties die hun medewerkers net zo serieus nemen als hun klanten.

De praktische toets: wordt het werk voor medewerkers lichter, zwaarder, beter beheersbaar of vooral intensiever?

Praktijkpartij in klantcontact

ContactWorx is een facilitair klantcontactcenter in Rijswijk. We ondersteunen organisaties bij professioneel, persoonlijk en flexibel klantcontact, onder meer bij piekdruk, groei, ziekte, verloop, vakantieperiodes en beperkte schaalgrootte. Omdat we dagelijks klantcontact uitvoeren voor uiteenlopende organisaties, zien we van dichtbij wat AI niet alleen in processen verandert, maar ook in het werk, de druk en het vakmanschap van klantcontactmedewerkers. Daarom kijken we naar AI niet alleen als technologie of kostenbesparing, maar vooral als verandering van het dagelijkse werk.

Dagelijks op de vloer

We voeren zelf klantcontact uit en zien wat AI doet met werk, druk en vakmanschap.

Mens én operatie

We kijken naar techniek, roosters, begeleiding, kwaliteit en houdbaarheid van werk.

Voor de sector

Relevant voor klantcontactmanagers, WFM, HR, opdrachtgevers, outsourcers en leveranciers.

Dankwoord

Met dank aan Rien Brus, die vanuit zijn netwerk relevante bronnen deelde en zo hielp om de praktijkobservaties die de aanleiding vormden voor dit stuk scherper langs bestaand onderzoek te leggen. De duiding en conclusies in deze whitepaper komen voor rekening van ContactWorx.

Colofon

Tekst: Marcel Dekker, ContactWorx

Beeld: AI gegenereerd in opdracht van ContactWorx

Samenstelling: ContactWorx

Opmaak: ContactWorx

Copyright: © ContactWorx 2026

Contact

ContactWorx B.V.

www.contactworx.nl
info@contactworx.nl
088-0204600

Meer weten?

Wil je sparren over AI, werkdruk of de inrichting van klantcontact? Neem gerust contact op.

Bronnen en eindnoten

De nummers tussen blokhaken in de tekst verwijzen naar onderstaande bronnen. Dezelfde bron kan op meerdere plekken in de whitepaper terugkomen.

- [1] De Geit, E., Bax, K. en Van der Torre, W. AI in de praktijk: effecten op de productiviteit en kwaliteit van arbeid in vier organisaties. TNO, 2026. Rapport: publications.tno.nl (TNO-2026-16678); nieuwsbericht: tno.nl/nl/newsroom/2026/06/ai-productiviteit-werknemers.
- [2] Brynjolfsson, E., Li, D. en Raymond, L. Generative AI at Work. NBER Working Paper 31161, 2023; *The Quarterly Journal of Economics*, jaargang 140, nummer 2, 2025. nber.org/papers/w31161.
- [3] Lane, M., Williams, M. en Broecke, S. The impact of AI on the workplace: Main findings from the OECD AI surveys of employers and workers. OECD, 2023. oecd.org.
- [4] Giuntella, O., König, J. en Stella, L. Artificial intelligence and the wellbeing of workers. *Scientific Reports*, 2025. nature.com/articles/s41598-025-98241-3.
- [5] TNO. De impact van GenAI op werk: cases a.s.r., Deloitte Legal en CLEVER*FRANKE. TNO, 2025. Rapport: publications.tno.nl (TNO-2025-R11119).
- [6] TNO en RIVM. Verkenning impact van AI op werkstress en mentale belasting. TNO en RIVM, 2025. tno.nl/nl/newsroom/2025/01/tno-rivm-ai-kans-risico.
- [7] Qin, K., Du, K., Chen, Y. e.a. Customer Service Representative's Perception of the AI Assistant in an Organization's Call Center. ACM CSCW Poster, 2025. arxiv.org/abs/2507.00513.
- [8] Christl, W. Surveillance and Algorithmic Control in the Call Center. Cracked Labs, met AlgorithmWatch en UNI Europa, 2023. crackedlabs.org/en/data-work/publications/callcenter.
- [9] Doellgast, V., O'Brady, S., Kim, J. en Walters, D. AI in Contact Centers: Artificial Intelligence and Algorithmic Management in Frontline Service Workplaces. Cornell University ILR School, 2023. hdl.handle.net/1813/113706.
- [10] Washington Center for Equitable Growth. Estimating the prevalence of automated management and surveillance technologies at work and their impact on workers' well-being. 2024. equitablegrowth.org.
- [11] Algorithmic management is associated with psychological distress, musculoskeletal pain, and occupational accidents: a cross-sectional study in logistics. *International Archives of Occupational and Environmental Health*, 2025. doi.org/10.1007/s00420-025-02180-5.
- [12] Exploring how AI adoption in the workplace affects employees: a bibliometric and systematic review. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 2024. frontiersin.org/journals/artificial-intelligence.