

# DRAAIBOEK

## Legal Design Workshop



## WAT?

Legal design is een opkomend begrip zowel in de wereld van de advocatuur als in die van design. De term verwijst naar een **proces en activiteit** waarmee juridische teksten en processen toegankelijker en gebruiksvriendelijker kunnen worden ontworpen. Hiermee probeert legal design het recht **begrijpelijker en inclusiever** te maken voor iedereen die er mee te maken krijgt.

In dit draaiboek beschrijven we de **opzet van een legal design workshop**. In de workshop zullen alle stappen van het legal design proces worden doorlopen, van het inleven in de doelgroep tot aan het maken en testen van een prototype. Een volledig legal design proces neemt normaal gezien meerdere maanden en iteraties in beslag, maar in deze workshop leer je alvast te proeven van de verschillende methoden **in 1 à 2 dagen**. Gedurende de workshop zal je toewerken naar een eerste prototype, wat de basis kan vormen voor een meer uitgebreid legal design traject.

Het Kenniscentrum Data & Maatschappij focust specifiek op legal design in de context van de juridische en ethische kanten van **datagedreven- en AI-toepassingen**. Data en AI zijn relatief nieuwe en complexe onderwerpen waarbij de juridische processen en vereisten nog niet altijd in cement gegoten zijn. Dit vormt een uitgelezen kans om het recht rond data en AI op een gebruiksvriendelijke, inclusieve en toegankelijke manier te ontwikkelen.

## WAAROM?

Na de workshop hebben de participanten een **praktische introductie** gekregen in legal design, en verschillende oefeningen en denkwijzen geleerd om ook meteen toe te passen in hun eigen werk. Daarnaast kan de workshop worden gebruikt om met een team een bepaald vraagstuk op een creatieve en inclusieve manier aan te pakken en zal de workshop leiden tot **verschillende oplossingsideeën** en een **eerste versie** van een prototype.

## VOOR WIE?

Legal design is van nature **interdisciplinair**, en kan interessant zijn voor een diverse groep geïnteresseerden die meer willen leren over het centraal zetten van de gebruiker binnen het recht. Om tot een goede oplossing te komen tijdens de workshop helpt het om verschillende stemmen rond de tafel te hebben, zoals:

- Advocaten / juristen
- Ontwerpers
- Probleemeigenaren / opdrachtgevers
- Vertegenwoordigers van gebruikers (mensenrechten organisaties, vakbonden, sector organisaties, ...)

## ACHTERGROND INFORMATIE

Wil je je **verder verdiepen** in het legal design proces? Hier lijsten we een aantal materialen op waar je meer informatie kan vinden:

- Boek: [The Legal Design Book](#) - Astrid Kohlmeier & Meera Klemola (betalend)
- Boek: [Law by Design](#) - Margaret Hagan (gratis)
- Netwerk: [Legal Design Alliance](#)
- Opleidingen: [Visual Contracts Academy](#) - Lieke Beelen
- Opleidingen: [Legal Creatives Academy](#) - Tessa Manuella
- Podcast: [the Legal Design Podcast](#) - Henna Tolvanen & Nina Toivonen

## HOE?

Een legal design proces volgt de verschillende fasen van een ontwerptraject, die ook de structuur van de workshop vormen, in een **iteratief proces**. Dat betekent dat je binnen een ontwerptraject meerdere keren door de verschillende fasen gaat en steeds een stapje gedetailleerder aan de slag gaat (zie afbeelding hieronder).

1. In de **inlevingsfase** doe je onderzoek naar de doelgroep(en) waarvoor je gaat ontwerpen en leef je je in in hun situatie en problemen.
2. Op basis van die inzichten **(her)definieer je het probleem** dat je wil oplossen in de definitiefase aan de hand van een ontwerp visie.
3. Dan is het tijd om aan de slag te gaan door verschillende en zoveel mogelijk **ideeën te genereren** die het probleem zouden kunnen oplossen.
4. Hier kies je de beste uit en die werk je verder uit in een (versimpeld) **prototype**, dat je uiteindelijk kunt gaan **testen** met de doelgroep(en) om te zien of het ook echt een oplossing is voor hun probleem.

Dit leidt dan geheid weer tot nieuwe inzichten over je doelgroep om je in in te leven, en dan start de cirkel weer van voor af aan. In de volgende hoofdstukken beschrijven we een workshop opzet en werkwijze om dit proces in een workshop te doorlopen voor een eerste iteratie.

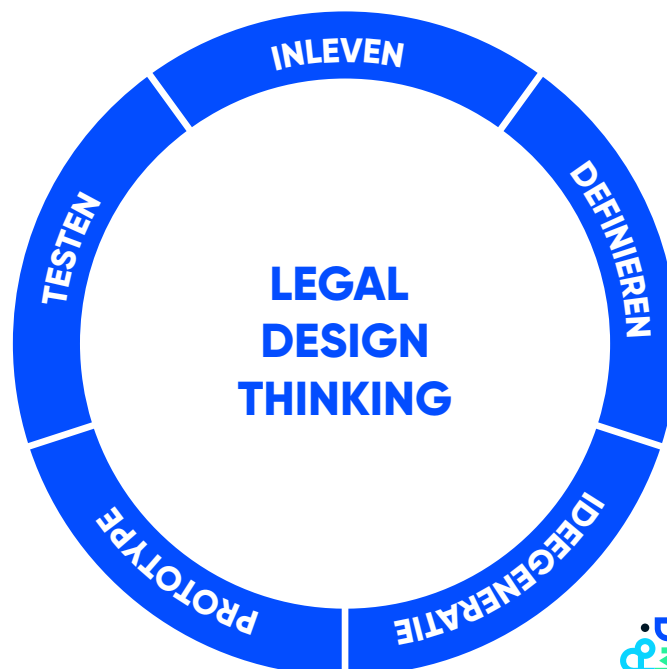
## VOORBEREIDING

Om in een workshop van één dag al tot een waardevol resultaat te komen, is het belangrijk dat de opdracht of casus waar de deelnemers op zullen werken **concreet** genoeg is. Op die manier kan je meteen aan de slag en verlies je minder tijd aan het maken van onnodige beslissingen. Zorg daarom dat je voorafgaand aan de workshop al de volgende vragen over de casus kan beantwoorden:

- Wat is het probleem dat in de casus naar voren wordt gebracht?
- Welke juridische en/of ethische kaders spelen een rol bij dit probleem?
- Wie is de doelgroep waar je voor gaat ontwerpen? Zorg dat dit een gespecificeerde groep is die duidelijke eigen kenmerken bevat. Hoe specifieker de doelgroep, hoe concreter de oplossingen die je zal bedenken.
- Wat is de meerwaarde dat het uiteindelijke ontwerp zou moeten genereren?

## MATERIALEN

- Post-its
- Papier om op te schrijven en tekenen
- Templates
- Casus & doelgroep beschrijvingen
- Pennen & stiften
- Interview materialen
- Achtergrondmaterialen



## TIJDSINDELING EN WERKWIJZE

We adviseren om **minimaal één werkdag** uit te trekken voor de workshop. De oefeningen met een asterix\* zijn optioneel en kunnen worden gebruikt om meer diepgaand met de materie bezig te gaan als er meer tijd en deelnemers beschikbaar zijn.

### 1 INTRODUCTIE (60-90 MIN)

Welkom & aftrap | Wat is legal design  
| Opdracht / casus beschrijving |  
Groepsindeling\*

Geef na het officiële welkom een korte introductie over legal design. Wat is het, wat is het doel, hoe ziet een proces eruit en laat verschillende voorbeelden van projecten zien. Licht ook kort de opdracht(en) of casus(sen) toe. We raden aan om met maximaal zes deelnemers per groepje aan de slag te gaan. \*Bij meer deelnemers is het mogelijk om verschillende groepjes aan verschillende casussen te laten werken.

### 2 INLEVEN (60-150 MIN)

Interviews opstellen/doen\* | Interviews analyseren | Stakeholdermaps | Empathy maps | Customer journeys\* | Personas\*

Er bestaan veel verschillende oefeningen om je in te leven in de verschillende doelgroepen. Het belangrijkste is dat dit geen fictieve oefening wordt, maar is gebaseerd op daadwerkelijke inzichten over de doelgroep. Deze inzichten worden vaak opgedaan in interviews en focusgroepen. Tijdens de workshop zelf zal hier waarschijnlijk geen tijd voor zijn. De organisatie kan zelf van te voren wel al (een aanzet tot) interviews doen en de inzichten meenemen naar de workshop voor analyse door de deelnemers. \*Een andere optie is om dit als een huiswerkopdracht van te voren mee te geven aan deelnemers die al meer bekend zijn met interviewtechnieken.

Voorzie eventueel ook geprint achtergrondmateriaal (bijvoorbeeld de verschillende juridisch/ethische kaders) voor deelnemers die niet volledig vertrouwd zijn met de casus, zodat zij zich hier beter in kunnen inleven.

Vraag daarna op basis van de inzichten uit de interviews de deelnemers om de verschillende doelgroepen in kaart te brengen en hoe zij zich tot elkaar verhouden (stakeholdermaps). Met hulp van empathy maps kan het team de doelgroep beschrijven aan de hand van de zintuigen: wat ze denken, voelen, zien, horen, zeggen en doen. \*Optioneel kunnen ook customer journeys worden gebruikt om het proces waar een doelgroep doorgaat uit een te zetten en/of personas kunnen worden gebruikt om persoonlijke beschrijvingen van de doelgroep op te stellen. Voor al deze oefeningen zijn tal van templates en beschrijvingen beschikbaar, bijvoorbeeld in de [service design toolkit](#) of [de design kit](#).

### 3 DEFINIEREN (45-60 MIN)

Probleemstelling\* | Ontwerpvisie |  
Overzicht inhoud\*

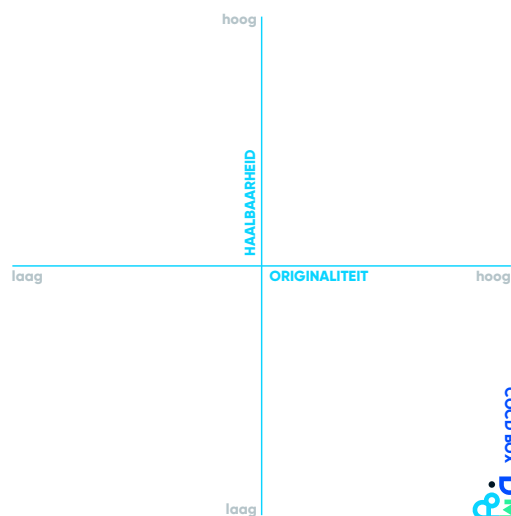
Op basis van de inlevingsfase kan het precieze probleem worden gedefinieerd, \*dit kan als aparte oefening worden gedaan (probleemstelling) of tegelijk met het opstellen van de ontwerpvisie. In de ontwerpvisie beschrijft het team waar ze naartoe willen werken met het ontwerp. In de visie moet het op te lossen probleem, de doelgroep en een gewenste beleving, emotie of metafoor terugkomen. De ontwerpvisie bevat geen oplossingen, maar focust op de behoeften van de gebruiker.

\*Bij een uitgebreidere workshop kan daarna in kaart worden gebracht welke (juridische) inhoud en functionaliteiten het ontwerp zou moeten bevatten. Het gaat hier specifiek om wat er in het uiteindelijke ontwerp te vinden moet zijn (inhoud), niet om hoe dat eruit moet zien (vorm).

## 4 IDEEËN GENEREREN (45-90 MIN)

Brainstorm | Clusteren | Prioriteren

In deze fase is het aan de deelnemers om oplossingen te bedenken voor het gedefinieerde probleem die naar de ontwerpvisie zal toeleiden. Probeer zoveel mogelijk ideeën te bedenken en schrijf elk idee op een post-it. Cluster overeenkomende ideeën bij elkaar. Ga daarna gezamenlijk over de ideeën en orden ze om een prioritering aan te kunnen brengen. Hier kan bijvoorbeeld de [COCD box](#) worden gebruikt (zie onder): een matrix van 2x2 waarin de ideeën worden gesorteerd op originaliteit tegenover haalbaarheid. Op deze manier wordt het gemakkelijker om er één idee uit te kiezen om op verder te werken. Ook voor deze fase zijn tal van templates en oefeningen beschikbaar in de [service design toolkit](#) of [de design kit](#).



## 5 PROTOTYPE (90-120 MIN)

Testplan | Prototype maken

Nu is het zaak om het gekozen idee iets verder uit te werken en op te stellen hoe het team gaat evalueren of het voldoet aan de behoeften van de doelgroep. Het team wordt gevraagd om een testplan op te stellen: wat willen ze testen? Met welke en hoeveel gebruikers? Welke acties willen ze de gebruikers laten doen en welke vragen willen ze stellen aan de gebruikers? Wat is er nodig van het prototype om de test goed te laten verlopen?

Op basis van het testplan wordt bepaald hoe het prototype eruit moet zien. In een eerste iteratie is het vaak genoeg om met een simpel papieren prototype aan de slag te gaan.

## 6 TESTEN (60-90 MIN)

User testing | Inzichten bespreken

In een roulatiesysteem kunnen de deelnemers langs de verschillende prototypes gaan om deze te testen. Als de deelnemers niet tot de daadwerkelijke doelgroep van het prototype behoren, leg ze dan van te voren duidelijk uit vanuit welk perspectief ze moeten kijken. Het is echter belangrijk om niet teveel uitleg te geven tijdens het afnemen van de test, je wilt immers leren hoe een ander het prototype ervaart en interpreteert. Wees daarom stil tijdens het testen en vraag enkel naar meer uitleg en de redenen om een actie op een bepaalde manier uit te voeren.

Bespreek na de test welke inzichten jullie hebben opgedaan en wat jullie hebben geleerd.

## 7 AFRONDING (30-45 MIN)

Terugblik | Inzichten delen | Next steps: hoe hier mee verder gaan\*

Het einde van de workshop is daar. Bespreek plenair de oplossingen die jullie hebben bedacht, wat jullie hebben geleerd en de eventuele vragen die er nog zijn. \*Richt mogelijk ook de blik vooruit: hoe kan het prototype verder worden uitgewerkt, hoe gaan jullie legal design gebruiken in jullie dagelijkse werk, waar wil je nog meer over leren?

Dit draaiboek is beschikbaar onder een [CC BY 4.0](#) licentie en mag dus gedeeld en bewerkt worden zonder onze toestemming te vragen, zolang je ons als auteur vermeldt.

 [info@data-en-maatschappij.ai](mailto:info@data-en-maatschappij.ai)

 <https://data-en-maatschappij.ai>