trackstack

Design rationale

Filip Hensels

Hogeschool van Amsterdam

Communication and Multimedia Design

500904129

9 juni 2026

Peter Buis



Inhoudsopgave

1.	**Introductie**	4
2.	**Verkennen**	9
3.	**Definiëren**	14
4.	**Ideegeneratie**	18
5.	**Conceptualiseren**	21
6.	**Iteraties**	25
7.	**Product**	35
8.	**Valideren en evalueren**	50
#	**Bronnen**	53

Inleiding

Deze design rationale beschrijft de totstandkoming van Trackstack, een applicatie die platenverzamelaars ondersteunt bij het beheren en uitbreiden van hun collectie. In dit document worden de belangrijkste ontwerpkeuzes toegelicht en onderbouwd aan de hand van inzichten uit onderzoek, gebruikerstesten en expertinterviews.

Daarnaast laat deze design rationale zien hoe het ontwerp zich gedurende het project heeft ontwikkeld. Per onderdeel wordt uitgelegd welke keuzes zijn gemaakt, waarom deze keuzes zijn gemaakt en hoe feedback van gebruikers en belanghebbenden heeft bijgedragen aan het uiteindelijke ontwerp. Voor een uitgebreid overzicht van het volledige ontwerpproces wordt verwezen naar de productbiografie.



Het app icoon van Trackstack

1 Introductie

1 · Introductie

Aanleiding

Dit project is ontstaan vanuit mijn eigen passie voor vinyl en het verzamelen van platen. Ik heb zelf een alsmaar groeiende platencollectie, die ik met trots mijn waardevolste bezit zou kunnen noemen.

Naarmate deze collectie groeide, merkte ik tijdens het uitbreiden ervan dat het steeds lastiger werd om overzicht te houden en prijzen te vergelijken. Deze persoonlijke frustratie vormde de directe aanleiding om dit project op eigen initiatief te starten.

Hiervoor heb ik contact gezocht met Concerto/Plato, een van de grootste platenwinkelketens van Nederland. Dick van Dijk, de eigenaar van deze keten, wilde dit project graag samen met mij aangaan, met als doel een betere app te ontwerpen voor zowel platenverzamelaars als platenwinkels.

1 · Introductie

Probleemsituatie

Platenverzamelaars vormen een groeiende doelgroep die fysieke muziekdragers verzamelt. Naarmate collecties groeien, neemt het overzicht af. Gebruikers weten vaak niet meer welke platen of versies zij bezitten, wat vooral tijdens aankoopmomenten problemen veroorzaakt. Daarnaast is het vergelijken van prijzen tussen aanbieders lastig, waardoor aankoopbeslissingen minder goed onderbouwd zijn.

Dit probleem speelt zich zowel thuis als in fysieke omgevingen, zoals platenwinkels en beurzen, af. Gebruikers moeten hier vaak snel beslissingen nemen binnen een groot aanbod. Bestaande oplossingen bieden veel informatie, maar zijn vaak complex en tijdrovend in gebruik, waardoor ze onvoldoende aansluiten op deze situaties.

De kern van het probleem is het ontbreken van een toegankelijke manier om collecties te beheren en aankoopbeslissingen te ondersteunen. Hierdoor missen gebruikers overzicht, vertrouwen en efficiëntie. Dit biedt kansen voor een oplossing die digitale ondersteuning combineert met snelheid en gebruiksgemak.

Zie hoofdstuk 1.1 in de productbiografie voor een uitgebreid beschreven probleemsituatie.

Design Challenge

Vanuit de probleemsituatie heb ik de volgende design challenge opgesteld:

Hoe kan een mobiele applicatie platenverzamelaars ondersteunen bij het beheren van hun platencollectie en het maken van goed geïnformeerde aankoopbeslissingen, zowel thuis als in de fysieke platenwinkel?

Deelvragen

Om de design challenge te beantwoorden, heb ik vier deelvragen opgesteld die elk een deel van de design challenge oplossen:

1. **Wat voor toegevoegde waarde heeft een gedigitaliseerde platencollectie voor platenverzamelaars?**

2. **Hoe kan een mobiele app gebruiksvriendelijk blijven in prikkelrijke omgevingen zoals een drukke platenwinkel?**

3. **In hoeverre vergroten sociale functies zoals het volgen van vrienden, beoordelen van albums en verkopen van tweedehands platen de betrokkenheid van gebruikers en de functionele meerwaarde van de app?**

4. **Hoe kan een mobiele app visuele rijkdom zoals texturen, 3D-elementen en animaties combineren met snelle, efficiënte en gebruiksvriendelijke interacties?**

Zie hoofdstuk 1.3 t/m 1.6 in de productbiografie voor een gedetailleerde beschrijving van de deel- en subvragen.

2 Verkennen

2 · Verkennen

Doelgroep & motivatie

Om inzicht te krijgen in de doelgroep zijn desk research, context research en interviews met platenverzamelaars uitgevoerd. Dit onderzoek bracht de belangrijkste behoeften, motivaties en gedragingen van de doelgroep in kaart.

1. **Jonge en groeiende doelgroep**
   Vinyl wordt vooral verzameld door jongeren en jongvolwassenen. De groei van deze groep laat zien dat vinyl ook binnen een digitale generatie relevant blijft.

2. **Verschillende type verzamelaars**
   Beginnende en ervaren verzamelaars hebben verschillende behoeften. Beginners zoeken overzicht en ontdekking, terwijl ervaren verzamelaars meer waarde hechten aan detail en gerichte aankopen.

3. **Emotionele en identiteitswaarde**
   Vinyl heeft naast een functionele ook een emotionele waarde. Platen weerspiegelen persoonlijke smaak en identiteit.

4. **Waarde van het fysieke product**
   Het fysieke karakter van vinyl, zoals artwork en speciale persingen, maakt het product aantrekkelijker dan alleen de muziek.

5. **Verschil tussen streaming en vinyl**
   Streaming wordt vooral gebruikt voor ontdekking, terwijl vinyl wordt ingezet voor bewust luisteren en beleven.

Deze inzichten tonen aan dat het ontwerp moet aansluiten op een diverse doelgroep met uiteenlopende behoeften, waarbij gebruiksgemak en beleving centraal staan.

Zie hoofdstuk 3.4 in de productbiografie voor een uitgebreide conclusie.

2 · Verkennen

Aankoopgedrag & context

Om de app effectief te ontwerpen, is onderzocht hoe en in welke context gebruikers platen kopen door middel van een bronnenonderzoek en een deep hangout. Het aankoopmoment is hierbij cruciaal, omdat gebruikers vaak snel beslissingen moeten nemen.

De belangrijkste bevindingen:

- Gebruikers ervaren tijdsdruk tijdens het winkelen.
- Platenwinkels bevatten veel visuele en auditieve prikkels.
- Mobiele telefoons worden gebruikt om informatie op te zoeken.
- Onder tijdsdruk verwerken gebruikers minder informatie en kiezen zij vaker voor bekende opties.
- Er is een spanningsveld tussen de behoefte aan uitgebreide informatie en de beperkte tijd om deze te verwerken.
- Gebruikers vergelijken graag prijzen om de waarde van een aankoop te beoordelen.

Deze inzichten tonen aan dat de app snel, overzichtelijk en direct bruikbaar moet zijn tijdens het winkelen.

Zie hoofdstuk 2.1 in de productbiografie voor een uitgebreid onderzoek over aankoopgedrag.

Zie hoofdstuk 3.3 in de productbiografie voor de volledige deep hangout die is uitgevoerd in een platenwinkel.

2 · Verkennen

Problemen & bestaande oplossingen

Om te begrijpen hoe gebruikers momenteel hun platencollectie beheren en aankoopbeslissingen maken, is er specifiek gekeken naar Discogs, het meest gebruikte platform onder platenverzamelaars. Dit platform combineert een uitgebreide muziekdatabase met een marketplace en wordt door veel gebruikers ingezet als referentiepunt voor collectiebeheer en prijsinformatie. Door de app van Discogs te analyseren, ontstaat inzicht in wat goed werkt binnen bestaande oplossingen, maar ook waar belangrijke tekortkomingen liggen.

Uit dit onderzoek komen de volgende belangrijkste bevindingen naar voren:

- Discogs biedt zeer gedetailleerde informatie over platen, zoals verschillende versies, prijzen en beschikbaarheid.
- De interface wordt door veel gebruikers als complex en onoverzichtelijk ervaren, vooral voor beginners.
- Het uitvoeren van eenvoudige taken, zoals het toevoegen van een plaat, kost relatief veel stappen.
- Het identificeren van de juiste versie is lastig door het grote aantal varianten en het gebrek aan duidelijke visuele verschillen.
- Prijsinformatie is voornamelijk gebaseerd op tweedehands verkoop en geeft geen volledig beeld van winkelprijzen.
- De app is niet ontworpen voor snelle interactie in fysieke winkels, waar snelheid en overzicht essentieel zijn.
- Sociale functies zijn aanwezig, maar erg beperkt geïntegreerd en moeilijk vindbaar.
- Gebruikers gebruiken de app voornamelijk bij het toevoegen van nieuwe platen aan hun collectie, maar het gebruik daarbuiten blijft beperkt.

Deze bevindingen laten zien dat, ondanks de kracht en populariteit van Discogs, er duidelijke kansen liggen voor een gebruiksvriendelijkere en meer contextgerichte oplossing.

Zie hoofdstuk 2.3 en 2.4 voor een volledige UX analyse van Discogs en andere platforms.

2 · Verkennen

Sociale behoeften & verschillen

Om te bepalen welke rol sociale functies kunnen spelen binnen de app, is onderzocht in hoeverre gebruikers behoefte hebben aan interactie met anderen. Hoewel sociale functies geen onderdeel waren van de oorspronkelijke design challenge, bleek tijdens interviews met de doelgroep dat veel platenverzamelaars behoefte hebben aan het volgen van de activiteit van anderen, het bekijken van collecties en het delen van ontdekkingen. Daarom is dit onderwerp gedurende het ontwerpproces verder onderzocht. De resultaten laten zien welke sociale functies daadwerkelijk waarde toevoegen aan de ervaring van platenverzamelaars.

1. **Collecties en verlanglijstjes**
   Gebruikers bekijken graag collecties en verlanglijsten van anderen ter inspiratie.

2. **Sociale interactie**
   Het volgen van anderen en zien van activiteit vergroot betrokkenheid bij de app.

3. **Recensies en beoordelingen**
   Meningen en aanbevelingen van anderen helpen gebruikers nieuwe muziek te ontdekken.

4. **Niet voor iedereen belangrijk**
   Er zijn duidelijke verschillen tussen gebruikers in behoefte aan sociale functies: sommigen zien het als essentieel, anderen als minder belangrijk

5. **Subtiel geïntegreerd**
   Sociale functies worden vooral gewaardeerd wanneer ze eenvoudig en niet opdringerig zijn

6. **Inspiratie**
   Platforms zoals Letterboxd tonen aan dat inzicht in de activiteit en meningen van anderen bijdraagt aan ontdekking en herhaald gebruik.

3 Definiëren

3 · Definiëren

Persona's

Op basis van het onderzoek zijn twee persona's opgesteld die de belangrijkste typen platenverzamelaars vertegenwoordigen: de beginnende en de ervaren verzamelaar. De persona's maken hun doelen, behoeften en frustraties inzichtelijk en vormen een leidraad voor ontwerpbeslissingen. Om vooroordelen te voorkomen, zijn de persona's bewust zonder gender en foto vormgegeven.

De casual verzamelaar: Sam

- 19 jaar
- Woont in Amsterdam
- Bijbaantje bij de supermarkt
- Beginnend verzamelaar;
  heeft veel vrienden die platen verzamelen

Sam is een beginnende verzamelaar die hun collectie wil uitbreiden zonder te veel geld uit te geven. Sociale interactie, inspiratie en prijsvergelijking spelen een belangrijke rol bij aankoopbeslissingen.

Doelen
Sam wil een leuke en groeiende collectie opbouwen zonder te veel geld uit te geven, en tegelijkertijd betrokken blijven bij wat vrienden verzamelen.

Gedrag
Sam ontdekt nieuwe muziek en platen vooral via vrienden en social media. Aankopen worden zorgvuldig overwogen en vaak vooraf vergeleken op prijs.

Frustraties
- Lastig om overzicht te houden welke platen prioriteit hebben binnen Sams budget
- Er is geen makkelijke manier om bij te houden welke platen vrienden willen of al hebben.

Behoeften
- Collectie bijhouden op een overzichtelijke manier
- Eenvoudig prijzen vergelijken tussen winkels
- Sociale interactie met andere platenverzamelaars

Zie hoofdstuk 2.2 in de productbiografie voor een gedetailleerdere beschrijving van de persona's

3 · Definiëren

Persona's

De fanatieke verzamelaar: Robin

- 34 jaar
- Woont in Geleen
- Fulltime flight-attendant
- Ervaren verzamelaar;
  zoekt specifieke collectors items

Robin is een ervaren platenverzamelaar met een collectie van meer dan 300 platen. Robin zoekt actief naar zeldzame collectors-items en koopt regelmatig platen in het buitenland en via online webshops.

Doelen
Robin wil unieke en waardevolle platen vinden die hun collectie onderscheiden van anderen.

Frustraties
- Het is lastig om te bepalen of de prijs van een zeldzame plaat eerlijk is.
- Het vergelijken van prijzen tussen winkels kost veel tijd, mede doordat zeldzame platen vaak uitverkocht zijn.

Gedrag
Tijdens reizen bezoekt Robin actief platenzaken. Online houdt Robin meerdere platforms in de gaten en vergelijkt prijzen voordat die een aankoop doet.

Behoeften
- Snelle manier om prijzen van platen te vergelijken en de beschikbaarheid te checken.
- Eenvoudige manier om hun grote collectie overzichtelijk en makkelijk in de app te zetten en bij te houden.

Zie hoofdstuk 2.2 in de productbiografie voor een gedetailleerdere beschrijving van de persona's

3 · Definiëren

Must have eisen

Op basis van de onderzoeksinzichten en de opgestelde persona's is een programma van eisen geformuleerd. Hierin zijn de belangrijkste eisen vastgelegd waaraan het ontwerp moet voldoen/kan voldoen, gegroepeerd op prioriteit. Deze eisen sturen het ontwerpproces en vormen een kader om te beoordelen of het uiteindelijke product aansluit bij de behoeften van de doelgroep.

1. **De applicatie is een mobiele app**
   De digitale oplossing moet altijd en overal te gebruiken kunnen zijn, een mobiele app is hiervoor een logische oplossing, omdat bijna iedereen uit de doelgroep altijd een smartphone bij zich heeft.

2. **De applicatie voldoet aan de WCAG-richtlijnen op niveau AA**
   WCAG AA vergroot de toegankelijkheid en bruikbaarheid voor een brede groep gebruikers.

3. **De gebruiker kan zijn/haar platencollectie digitaal opslaan en beheren.**
   Gebruikers hebben behoefte aan één centrale plek om hun collectie overzichtelijk bij te houden.

4. **De gebruiker kan verschillende versies (persingen) van een plaat bekijken en identificeren.**
   Onderzoek laat zien dat verschillen tussen persingen belangrijk zijn voor waarde, zeldzaamheid en voorkeur.

5. **De gebruiker kan een plaat toevoegen aan een verlanglijstje.**
   Een verlanglijstje helpt gebruikers gewenste platen op een later moment terug te vinden.

6. **De gebruiker kan andere gebruikers volgen en hun activiteit, collectie en verlanglijstje bekijken.**
   Interviews tonen aan dat gebruikers inspiratie halen uit collecties en activiteiten van andere verzamelaars.

7. **De gebruiker kan zoeken naar platen via een zoekfunctie en/of scanfunctie.**
   Een zoek- en scanfunctie ondersteunt snelle toegang tot informatie tijdens aankoopmomenten.

Zie hoofdstuk 4.2 in de productbiografie voor het volledige programma van eisen, inclusief de should-have en could-have eisen.

4 Ideegeneratie

4 · Ideegeneratie

Hoe kun je...

Om gericht te brainstormen en de belangrijkste uitdagingen binnen het project te verkennen, zijn meerdere HKJ's (Hoe kun je...-vragen) opgesteld. Per HKJ zijn verschillende oplossingsrichtingen onderzocht, inclusief de bijbehorende voor- en nadelen. De inzichten die hieruit voortkwamen vormden de basis voor het verdere ontwerpproces van de app.

1. Hoe kun je gebruikers snel en eenvoudig platen laten toevoegen aan hun collectie, zonder dat ze verdwalen in verschillende persingen?

2. Hoe kun je een mobiele app zo ontwerpen dat gebruikers in een prikkelrijke omgeving binnen enkele seconden de juiste informatie kunnen vinden?

3. Hoe kun je een groeiende platencollectie overzichtelijk en aantrekkelijk maken, zodat gebruikers gemotiveerd blijven om deze bij te houden?

4. Hoe kun je prijsinformatie zo presenteren dat gebruikers snel en met vertrouwen een aankoopbeslissing kunnen maken?

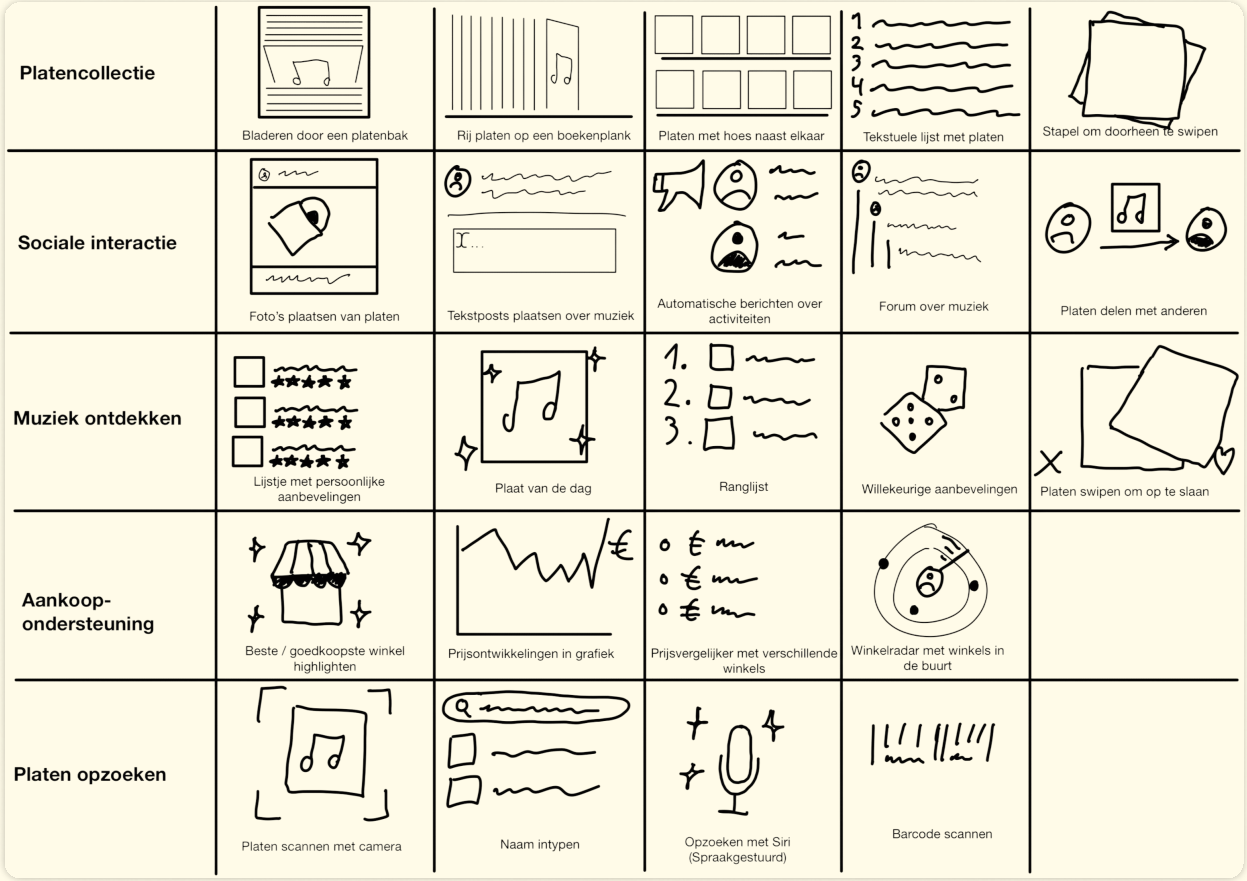
5. Hoe kun je gebruikers helpen om nieuwe muziek en platen te ontdekken op een manier die aansluit bij hun persoonlijke smaak en verzamelgedrag?

Met deze HKJ's heb ik vervolgens gebrainstormd door per HKJ vier of vijf oplossingen te bedenken.

4 · Ideegeneratie

Morfologische kaart

Om verschillende concepten voor de belangrijkste functionaliteiten te verkennen, is een morfologische kaart opgesteld. Door per categorie meerdere oplossingen naast elkaar te zetten, konden kansrijke combinaties worden gevormd voor de verdere conceptontwikkeling.



Aanvullend is een ideation uitgevoerd op basis van de opgestelde Hoe Kun Je-vragen. Per ontwerpuitdaging zijn verschillende oplossingsrichtingen onderzocht en afgewogen, waardoor inzicht ontstond in de mogelijkheden, voor- en nadelen van verschillende ontwerpkeuzes. De ideation is terug te vinden in hoofdstuk 4.3 in de productbiografie.

5 Conceptualiseren

5 · Conceptualiseren

Harris profiel

Om de ideeën uit de ideationfase verder uit te werken, heb ik verschillende concepten ontworpen en deze beoordeeld aan de hand van een Harris-profiel met criteria die aansluiten bij de behoeften van de doelgroep. Hierdoor werden de sterke en zwakke punten van ieder concept inzichtelijk. De meest waardevolle elementen zijn vervolgens samengebracht in het uiteindelijke MeFi-prototype.

Concepten:	A. Digitale catalogus				B. Virtuele platenkast				C. Instagram voor muziek			
Criteria	- -	-	+	+ +	- -	-	+	+ +	- -	-	+	+ +
Collectieoverzicht												
Sociale activiteit												
Nieuwe muziek ontdekken												
Muziekinformatie												
Aankoopondersteuning												
Ervaring (fun factor)												
Offline te gebruiken												

Zie hoofdstuk 4.4 in de productbiograife de volledig uitgewerkte concepten en het Harris profiel.

5 · Conceptualiseren

Moodboard

Om de stijl van de app te bepalen, heb ik een moodboard opgesteld waarin ik verschillende associaties met een platenverzameling heb verzameld. Deze visuele inspiratie vormt de basis voor het ontwikkelen van een passende en consistente stijl voor de app.



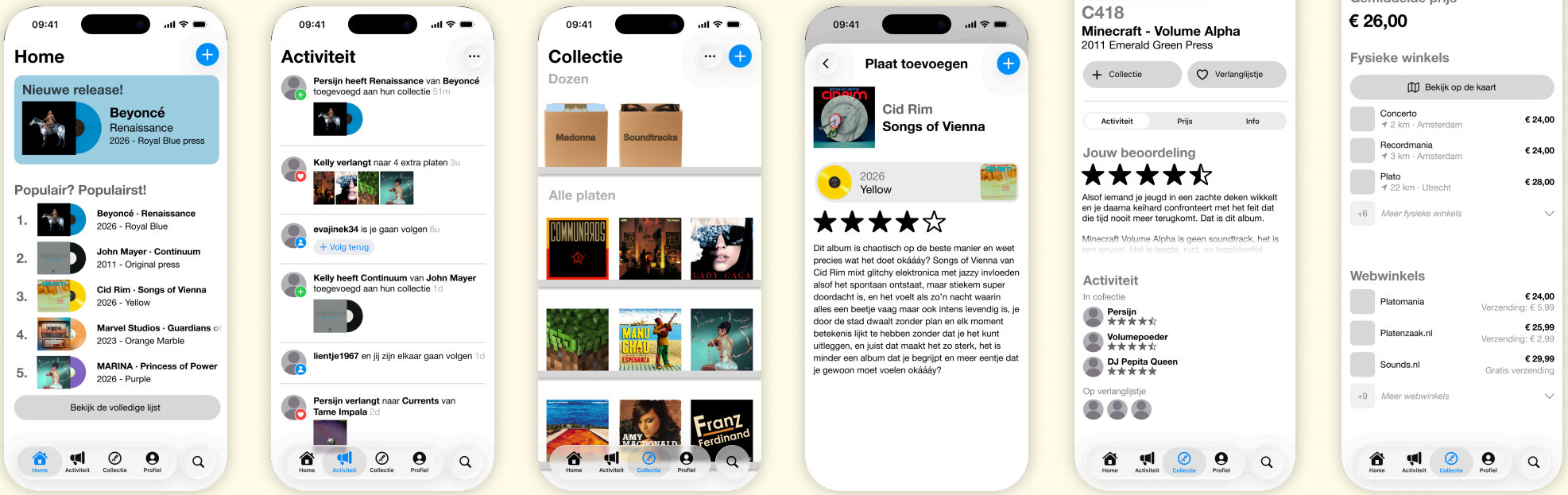
Dit moodboard versterkt het nostalgische gevoel en de verbinding met de fysieke wereld die ik met de app wil overbrengen. De verzamelde associaties vormden de basis voor het ontwikkelen van een nieuwe stijl voor het HiFi-prototype.

5 · Conceptualiseren

MeFi prototype

Om in een vroeg stadium inzicht te krijgen in de werking van het concept, is er een mid-fidelity prototype (MeFi) ontwikkeld. Dit prototype bevatte de belangrijkste kernfunctionaliteiten van de app, zoals het toevoegen van platen, het bekijken van de collectie en het inzien van prijsinformatie. Door te werken met een MeFi prototype kon er snel een realistisch beeld worden geschetst van de interactie en structuur, zonder te veel tijd te besteden aan de stijl van de app.

Het doel van dit prototype was om de eerste ontwerpkeuzes te testen met de doelgroep en te onderzoeken of de belangrijkste functionaliteiten intuïtief en bruikbaar waren. De feedback die hieruit voortkwam, vormde de basis voor verdere iteraties en verfijning van het ontwerp.



Zie hoofdstuk 5 de productbiografie voor een uitgebreide beschrijving van het MeFi prototype.



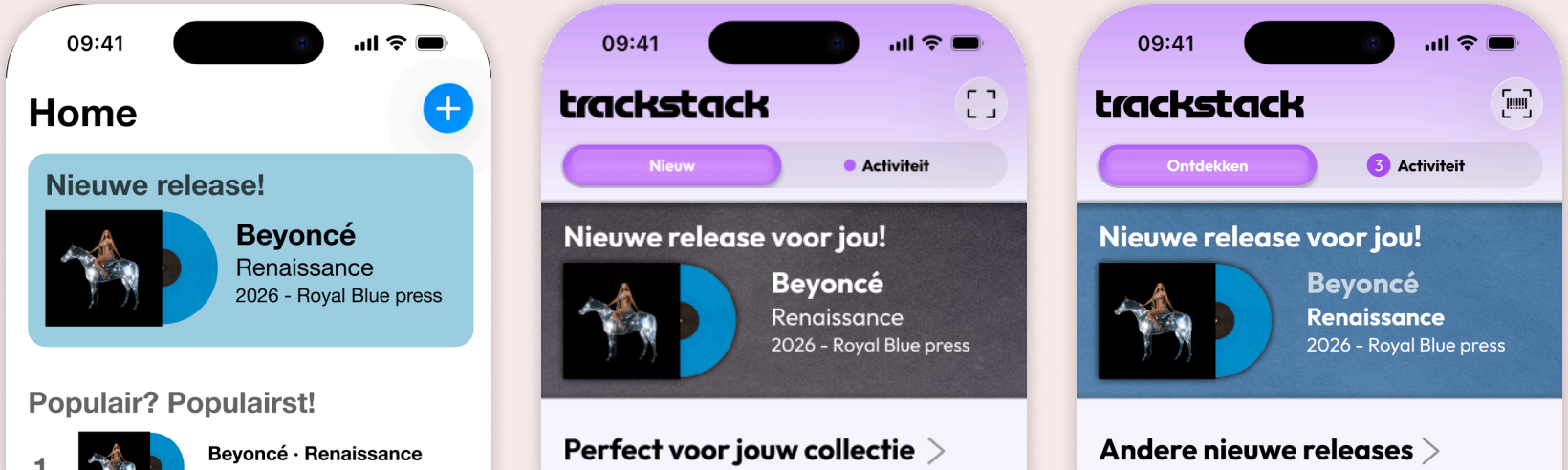
Iteraties

6 · Iteraties

Verschillende iteraties

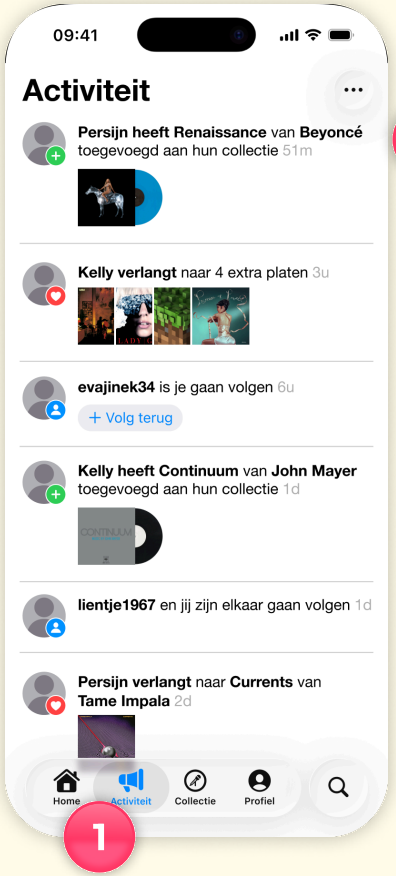
Om ervoor te zorgen dat alle wensen en behoeften van de doelgroep goed in het product werden verwerkt, heb ik meerdere iteraties van de app ontwikkeld: een MeFi protoype en daaropvolgend drie HiFi ptotypes. Deze heb ik gedurende het ontwerpproces getest met zowel de doelgroep als mijn belanghebbende, zodat ik kon controleren of het ontwerp aansloot bij hun behoeften en tegelijkertijd gebruiksvriendelijk bleef.

Zie hoofdstuk 5 t/m 8 in de productbiografie voor een uitgebreide beschrijving van de ontwikkeling van de verschillende prototypes.

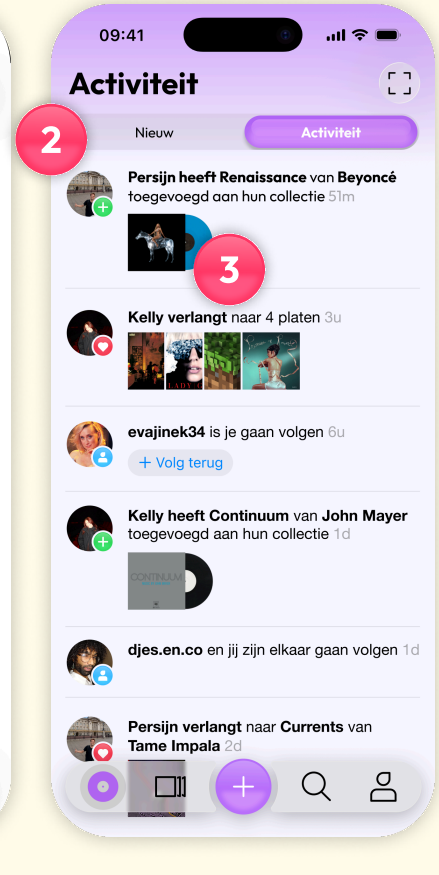


6 · Iteraties

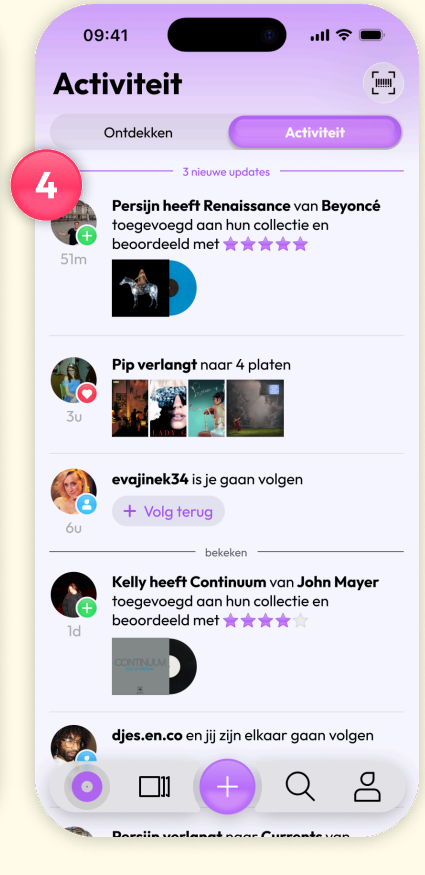
Activiteitenpagina



Prototype 1 · MeFi



Prototype 2 · HiFi



Prototype 4 · HiFi

1. Tijdens de eerste ronde user tests werd duidelijk dat de activiteitpagina niet voor iedereen even belangrijk was om een eigen plekje te krijgen op de navigatiebalk, deze is in de volgende iteratie samengevoegd met de homepagina.

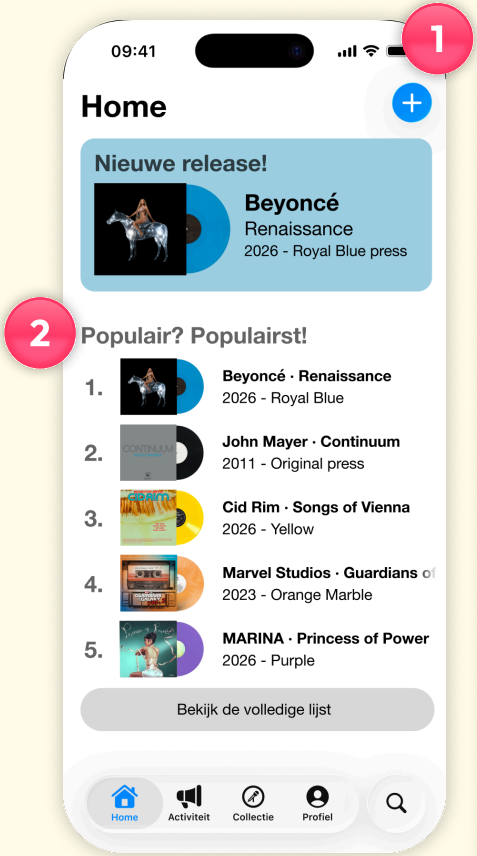
2. Voor de testpersonen was het label ‘Nieuw’ in de nieuwe tabbladbalk op de homepagina niet duidelijk. Deze is in de nieuwe iteraties verandert naar ‘Ontdekken’, wat de pagina beter beschrijft.

3. Uit de user tests en expert interviews kwam ook als feedback naar voren om beoordelingen een prominentere plek te geven binnen het protoype, deze zijn als gevolg toegevoegd aan de activiteitenpagina

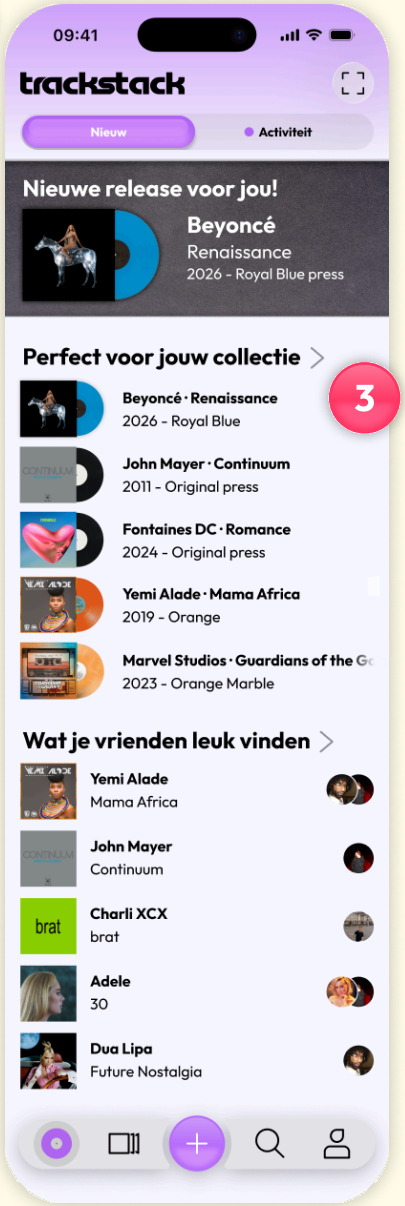
4. Tijdens de gebruikerstesten bleek dat gebruikers op de activiteitenpagina niet goed wisten waar ze moesten beginnen. Om meer overzicht te creëren, heb ik de ongelezen updates afgebakend met duidelijke dividers, zodat nieuwe activiteiten direct opvallen.

6 · Iteraties

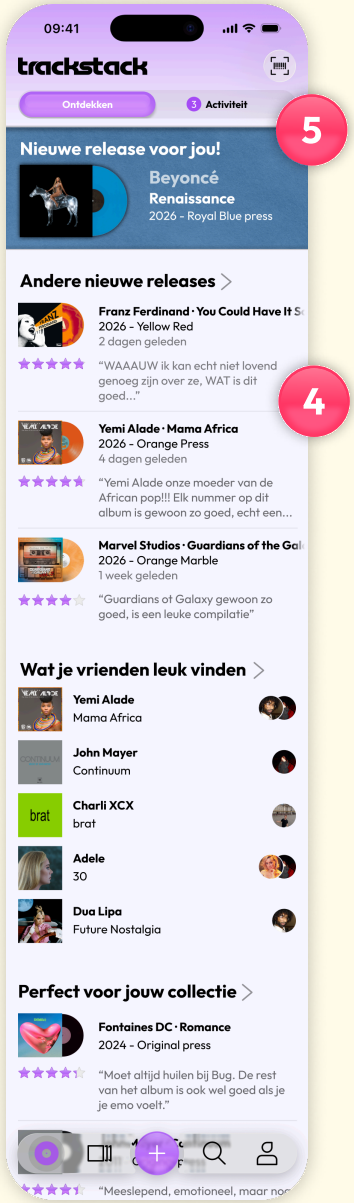
Homepagina



Prototype 1 · MeFi



Prototype 2 · HiFi



Prototype 4 · HiFi

1. Bij de eerste gebruikerstest kreeg ik als feedback dat de knop om een plaat toe te voegen aan de collectie overkwam als een primaire actie, daarom heb ik deze knop verplaatst naar de navigatiebalk, zodat deze altijd binnen bereik is.

2. Ook kwam daaruit dat mensen een ranglijst van de gehele app minder interessant vinden, maar persoonlijke aanbevelingen beter waarderen.

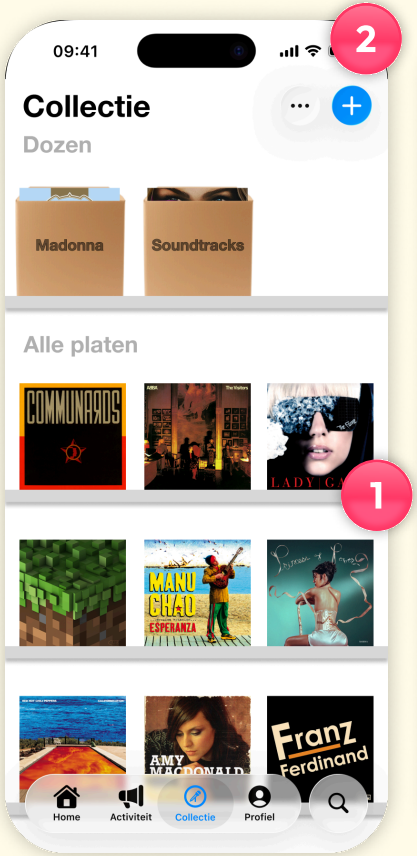
3. Gebruikers vonden persoonlijke aanbevelingen zonder context niet zo interessant, daarom heb ik per aanbeveling een willekeurige positieve recensie toegevoegd.

4. Ook bleek de updates voor nieuwe releases een grote hit bij de doelgroep. Daarom heb ik aan de homepagina een extra blok toegevoegd, volledig gefocust op nieuwe releases.

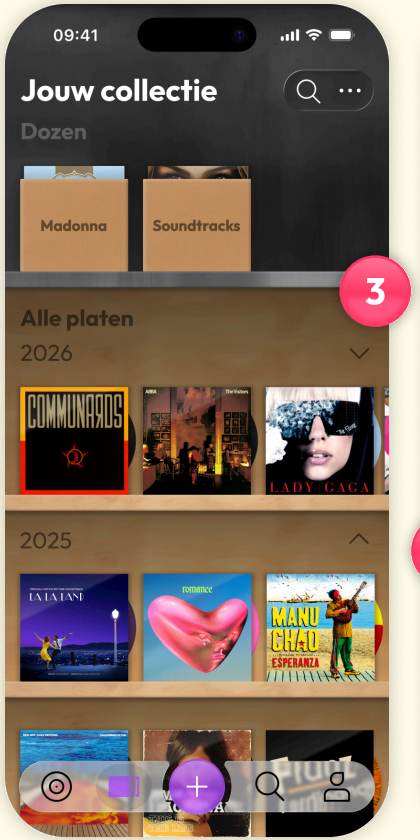
5. Tijdens de tests bleek ook dat de activiteitenpagina niet goed opviel tegenover de rest van de pagina. Daarom heb ik een badge toegevoegd aan het activiteitentabblad dat het aantal ongelezen updates laat zien.

6 · Iteraties

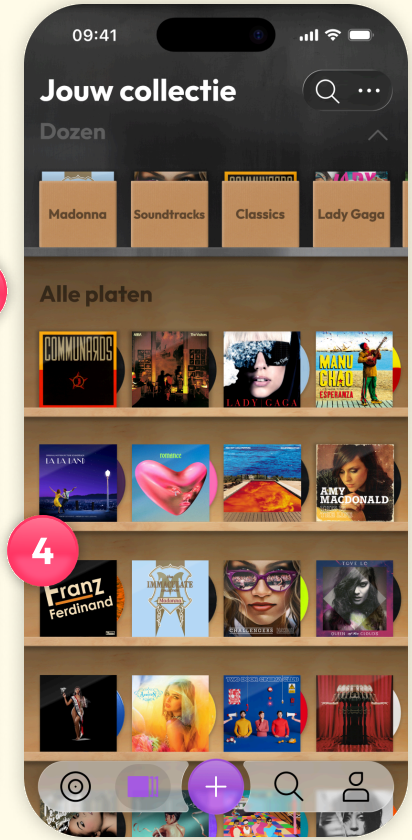
Collectiepagina



Prototype 1 · MeFi



Prototype 2 · HiFi



Prototype 4 · HiFi

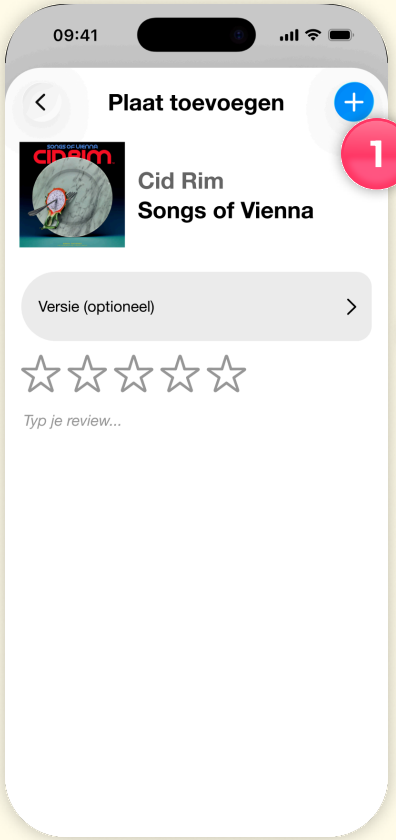
1. In het eerste prototype bleek het lastig om onderscheid te maken tussen verschillende, bijvoorbeeld gekleurde, persingen binnen de collectie. Daarom heb ik een kleine voorvertoning van de plaat toegevoegd aan de collectie-items.

2. Gebruikers misten daarnaast krachtige mogelijkheden om door hun collectie te zoeken en te filteren. Daarom heb ik deze functies toegevoegd op een vertrouwde en gemakkelijk vindbare plek.

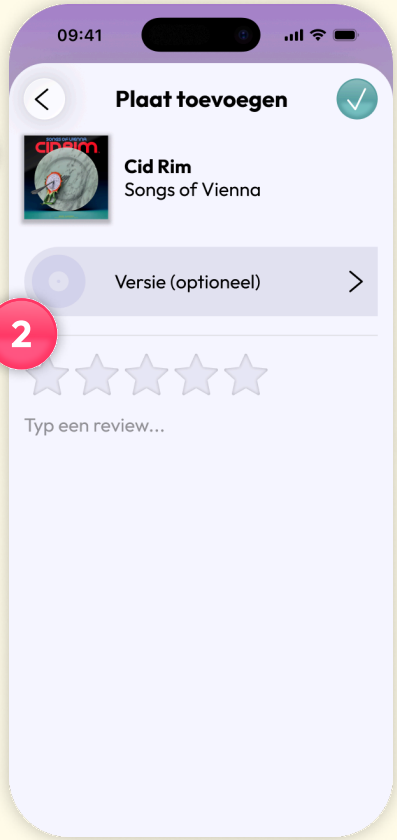
3. Om collecties met een groot aantal platen beter scanbaar te maken, heb ik de mogelijkheid toegevoegd om platen te groeperen op bijvoorbeeld datum toegevoegd, artiest of genre.

4. Ter ondersteuning hiervan heb ik ook twee extra weergaveopties toegevoegd: een compact grid en een lijstweergave, zodat gebruikers sneller door hun collectie kunnen navigeren.

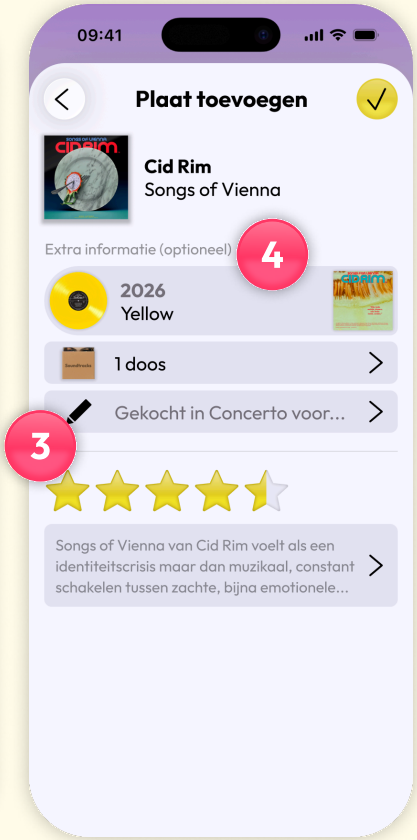
Toevoegen aan collectie



Prototype 1 · MeFi



Prototype 2 · HiFi



Prototype 4 · HiFi

1. Voor de testpersonen was het plus-icoon niet duidelijk als manier om een plaat aan de collectie toe te voegen. Daarom is dit vervangen door een vinkje, dat beter aansluit bij de verwachting van gebruikers.

2. Gebruikers gaven aan dat zij platen direct aan een doos wilden kunnen toevoegen tijdens het toevoegen aan de collectie, zodat dit geen aparte flow meer hoefde te zijn. Deze optie is daarom toegevoegd aan het volgende prototype.

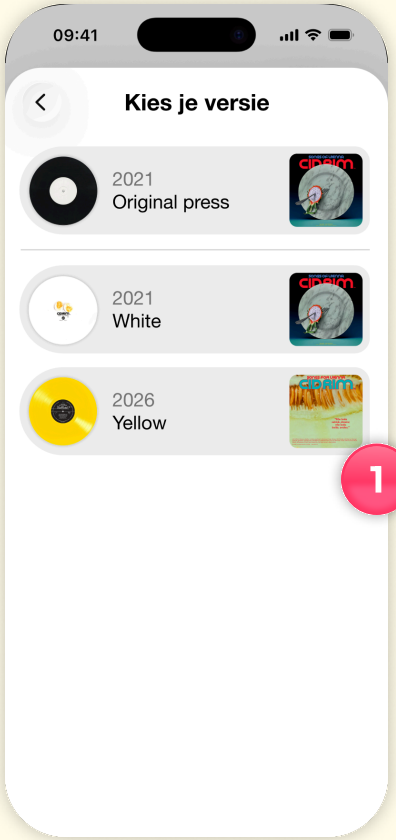
3. Uit de doelgroep- en expertinterviews bleek dat gebruikers graag eigen informatie aan platen in hun collectie willen toevoegen. Daarom heb ik de mogelijkheid toegevoegd om notities aan een plaat toe te voegen.

   Door deze extra opties binnen de flow heb ik de verschillende onderdelen vormgegeven als afzonderlijke blokken, waardoor de informatie beter scanbaar is.

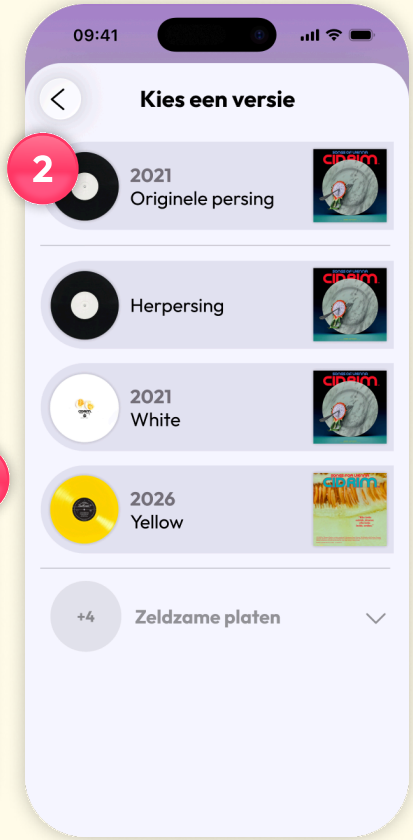
4. Om duidelijk te maken dat deze aanvullende informatie optioneel is, heb ik een extra kop toegevoegd aan het overzicht.

6 · Iteraties

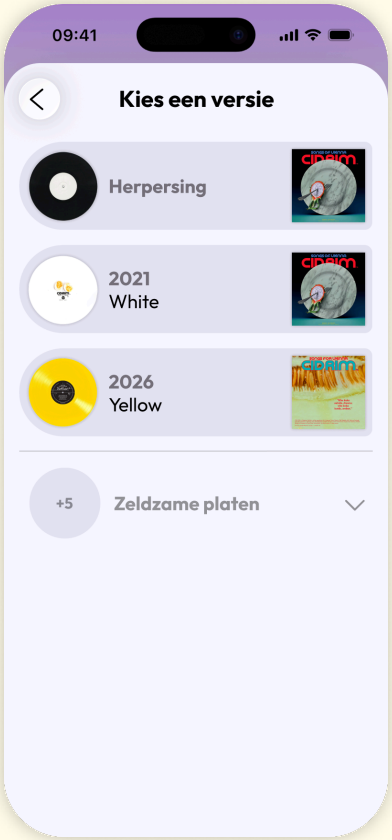
Versie kiezen



Prototype 1 · MeFi



Prototype 2 · HiFi



Prototype 4 · HiFi

1 Gebruikers waren erg positief over het overzicht van de verschillende versies van een plaat. Uit het interview met de expert bleek bovendien dat er vaak meerdere zeer zeldzame versies bestaan. Daarom heb ik deze toegevoegd in een uitklapbaar menu.

2 Uit de expertinterviews bleek daarnaast dat originele persingen vaak bijzonder zeldzaam zijn. Om het overzicht helder te houden, heb ik deze versies ook toegevoegd aan het submenu voor zeldzame platen.

6 · Iteraties

Detailpagina

Prototype 1 · MeFi



Prototype 2 · HiFi



Prototype 4 · HiFi



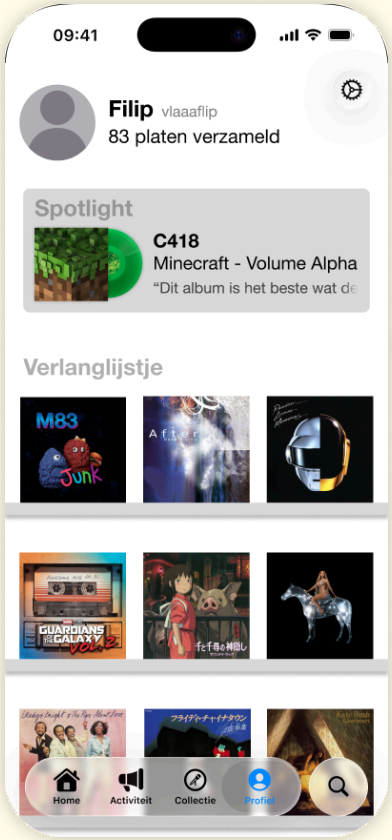
1. Gebruikers vonden de gemiddelde prijs lastig te interpreteren en zagen er weinig meerwaarde in. Daarom is deze vervangen door een prijsmeter, waarmee gebruikers sneller een indruk krijgen van de waarde van een plaat.

2. De functie voor prijsmeldingen bleek voor gebruikers moeilijk vindbaar. Daarom heeft deze een duidelijkere plek gekregen in de actiebalk en is de functie gekoppeld aan het toevoegen van een plaat aan het verlanglijstje.

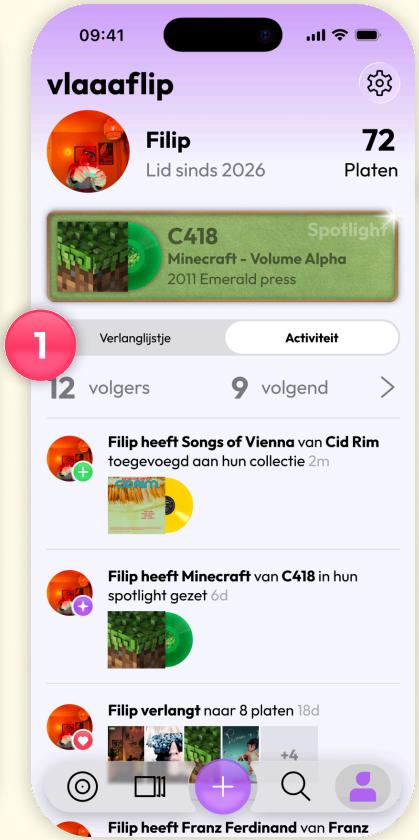
3. Zowel gebruikers als de expert gaven aan geïnteresseerd te zijn in statistieken over een plaat, zoals het aantal gebruikers dat deze aan hun collectie of verlanglijstje heeft toegevoegd en de gemiddelde beoordeling.

4. Het icoon voor het selecteren van een andere versie van een plaat was voor gebruikers niet duidelijk. Daarom is dit aangepast naar een icoon dat een stapel platen symboliseert.

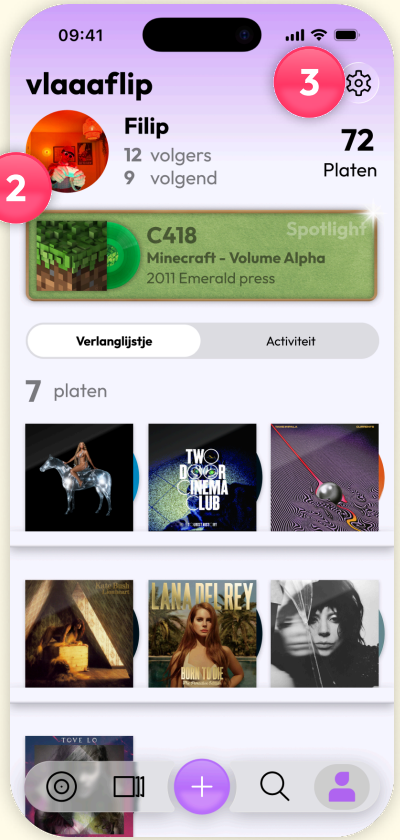
Profielpagina



Prototype 1 · MeFi



Prototype 2 · HiFi



Prototype 4 · HiFi

1. Om de activiteit van een gebruiker overzichtelijk op één plek weer te geven, heb ik een tabbladbalk toegevoegd aan het profiel. Hierin is de activiteit van de gebruiker zichtbaar. Op profielen van andere gebruikers is daarnaast ook hun collectie opgenomen als apart tabblad.

2. Gebruikers vonden het aantal volgers en gevolgde gebruikers moeilijk vindbaar. Daarom heb ik het label ‘lid sinds’ vervangen door deze statistieken, zodat ze direct zichtbaar zijn op het profiel.

3. Om de app voor zoveel mogelijk mensen toegankelijk te maken, heb ik binnen de instellingen verschillende toegankelijkheidsopties toegevoegd, zoals een hoogcontrastmodus en de mogelijkheid om de lettergrootte aan te passen.

6 · Iteraties

Zoeken



Prototype 1 · MeFi

Prototype 2 · HiFi

Prototype 4 · HiFi

1. Om de natuurlijke leesrichting van de zoekpagina te ondersteunen, heb ik de zoekbalk naar de bovenkant van het scherm verplaatst. Hierdoor kan de gebruiker direct zien wat er is ingevoerd en daaronder meteen de meest relevante resultaten bekijken.

2. Aan de zoekpagina zijn filtertags toegevoegd, waarmee gebruikers eenvoudig kunnen filteren tussen verschillende soorten resultaten.

3. In het laatste prototype heb ik de verschillende resultaattypen een eigen vormgeving gegeven. Hierdoor ontstaat een duidelijk visueel onderscheid tussen de verschillende resultaten, waardoor deze sneller te herkennen zijn.

7 Product

7 · Product

Het product

Het uiteindelijke product van mijn afstudeerproject is de Trackstack-app. Deze app ondersteunt platenverzamelaars bij het beheren en uitbreiden van hun collectie door een centraal platform te bieden voor collectiebeheer, prijsvergelijking, sociale interactie en muziekontdekking.

Met Trackstack kunnen gebruikers hun volledige platencollectie bijhouden, op de hoogte blijven van de activiteit van vrienden en eenvoudig nieuwe muziek ontdekken. Daarnaast biedt de app een overzicht van verschillende verkooppunten van platen, waardoor gebruikers makkelijker kunnen bepalen waar zij een plaat het voordeligst kunnen aanschaffen.

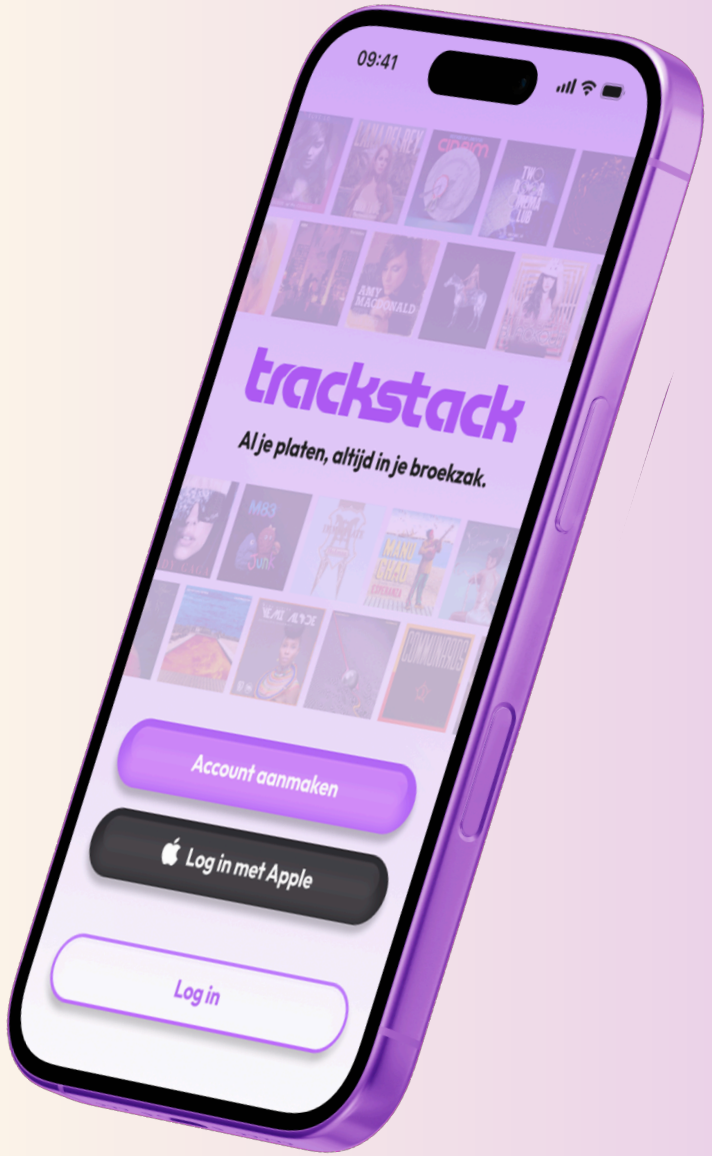
De belangrijkste functies van Trackstack zijn:

Collectieoverzicht
Gebruikers kunnen hun volledige platencollectie beheren binnen de app, waardoor zij altijd een actueel overzicht van hun verzameling bij de hand hebben.

Activiteit van vrienden
Door andere gebruikers te volgen, blijven gebruikers op de hoogte van welke platen vrienden toevoegen aan hun collectie of op hun verlanglijstje plaatsen.

Persoonlijke aanbevelingen
Trackstack leert de muzieksmaak van de gebruiker kennen en gebruikt deze informatie om persoonlijke aanbevelingen te doen, waardoor het ontdekken van nieuwe muziek eenvoudiger wordt.

Prijsvergelijker
De app biedt een overzicht van de verschillende verkooppunten van een plaat, zodat gebruikers prijzen kunnen vergelijken en hun collectie eenvoudig en voordelig kunnen uitbreiden.



7 · Product

De stijl

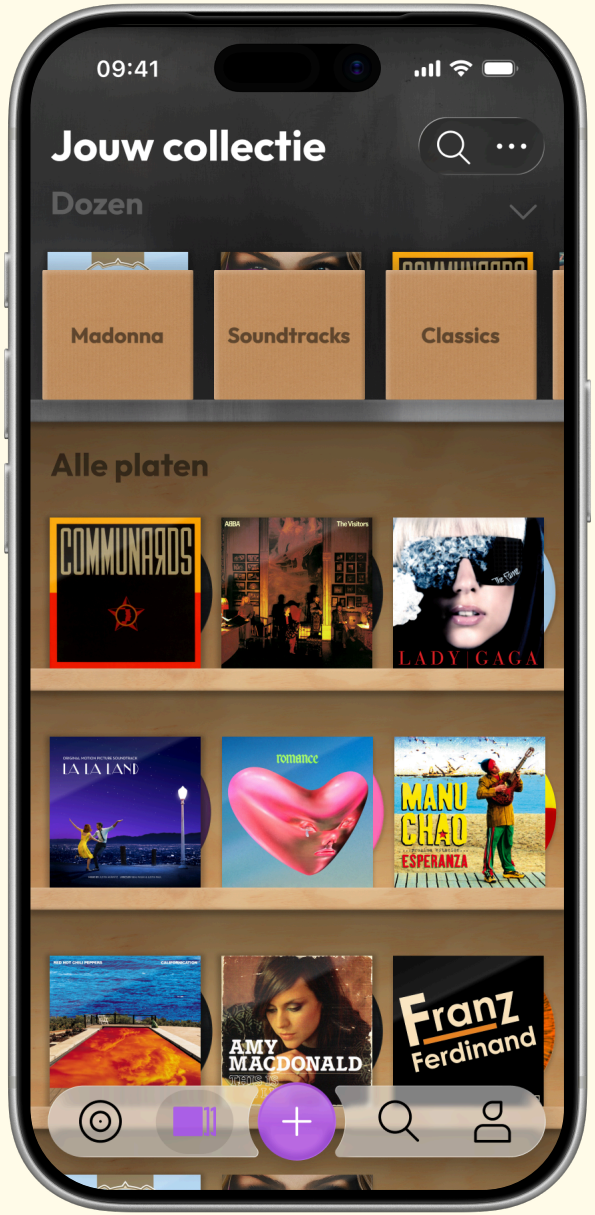
Om de app visueel aantrekkelijk te maken en aan te laten sluiten bij het gevoel van een fysieke platencollectie, heb ik gekozen voor een skeuomorfische stijl. Hierbij worden digitale elementen vormgegeven op basis van hun tegenhanger in de echte wereld. Zo is de collectiepagina ontworpen als een houten platenkast en kunnen gebruikers hun platen organiseren in dozen, net zoals veel verzamelaars dat thuis doen.

Ook is veel aandacht besteed aan het gevoel van interactie binnen de app. De primaire knoppen hebben een subtiele driedimensionale vorm gekregen, waardoor ze aanvoelen als fysieke objecten die ingedrukt kunnen worden. Dit zorgt ervoor dat belangrijke acties extra opvallen en geeft tegelijkertijd meer karakter aan de interface.

Daarnaast staat album art centraal binnen de gehele ervaring. Op de detailpagina van een plaat wordt de primaire kleur van de interface automatisch aangepast op basis van een accentkleur uit de albumhoes. Hierdoor krijgt iedere plaat een eigen uitstraling en voelt het bekijken van een album meer als een unieke ervaring dan het bekijken van een standaard productpagina.

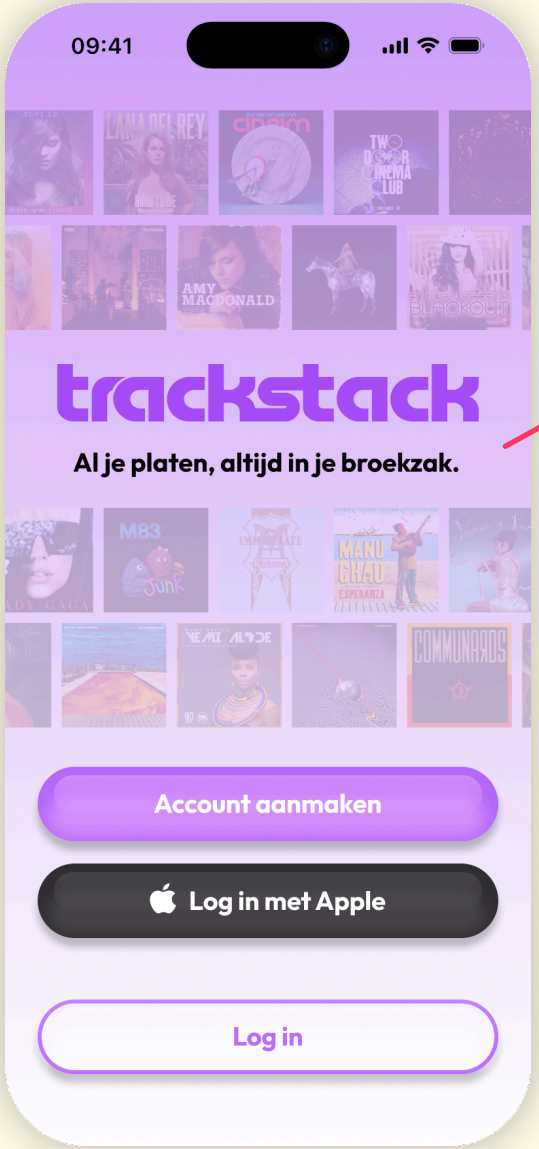
Link naar het prototype:

https://www.figma.com/proto/kbSsNTKLhSSwCohSDQaqPq/Afstuderen-%C2%B7-Trackstack?node-id=644-11618&viewport=437%2C531%2C0.28&t=Ns2pLotEol9gIDcE-0&scaling=scale-down&content-scaling=fixed&starting-point-node-id=644%3A11618&show-proto-sidebar=1



7 · Product

Landingspagina



Een duidelijke slogan maakt direct zichtbaar wat de app doet en voor wie deze bedoeld is.

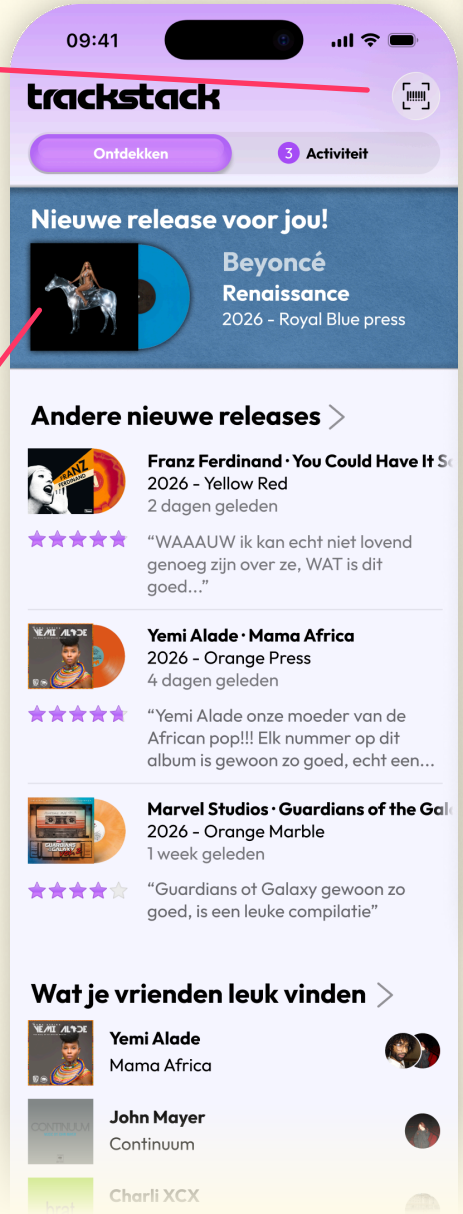
Log in met Apple maakt het mogelijk om sneller een account aan te maken en in te loggen.

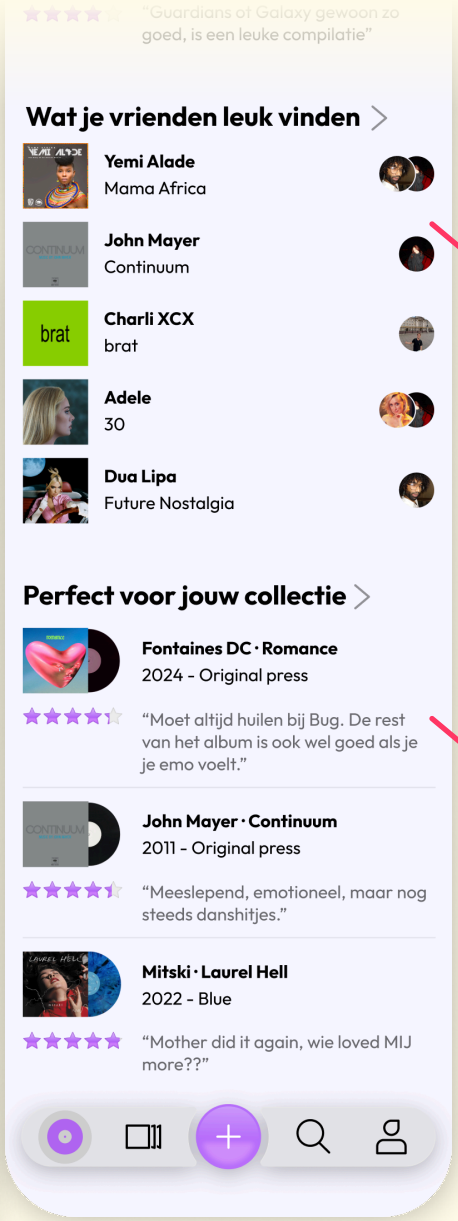
7 · Product

Homepagina

Zoek snel een plaat op door de albumhoes of barcode te scannen met de camera.

Een speciale sectie op de homepagina houdt gebruikers altijd op de hoogte van nieuwe releases.





Aanbevelingen op basis van de activiteit van vrienden zorgen voor extra vertrouwen in de aanbevolen muziek.

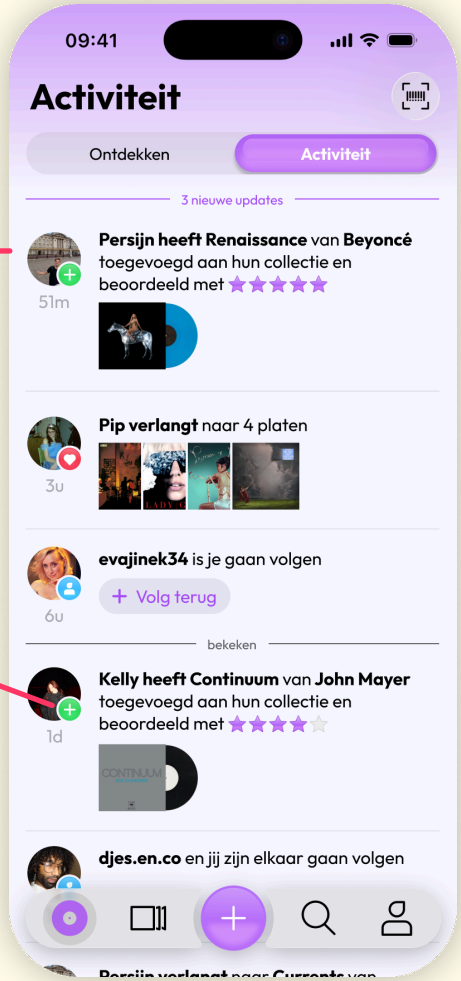
Persoonlijke aanbevelingen worden gebaseerd op de muzieksmaak van de gebruiker, afgeleid uit de collectie en gekoppelde streamingdiensten.

7 · Product

Activiteitenpagina

Een chronologische tijdlijn toont alle activiteit van accounts die de gebruiker volgt.

Elke soort update heeft een eigen kleurbadge, waardoor activiteiten sneller herkenbaar zijn.



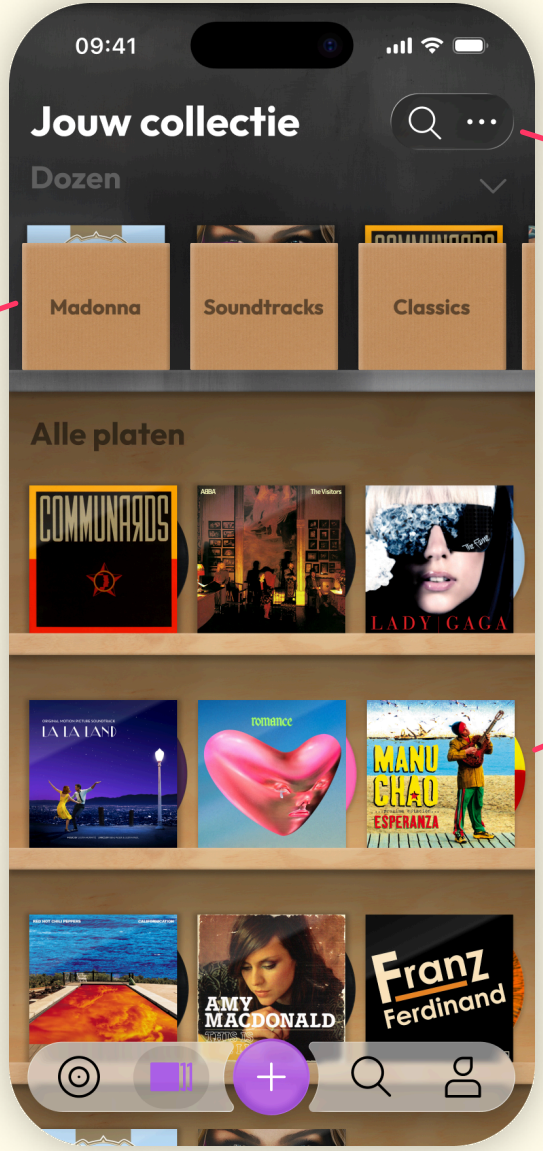


Gebruikers kunnen platen in hun collectie beoordelen en een recensie toevoegen.

Andere gebruikers kunnen reageren met verschillende reacties en opmerkingen plaatsen.

7 · Product

Collectiepagina



Gebruikers kunnen dozen aanmaken die fungeren als mappen binnen de collectie, zodat platen overzichtelijk georganiseerd kunnen worden.

Krachtige filter-, zoek- en weergaveopties maken het eenvoudig om snel door de collectie te navigeren.

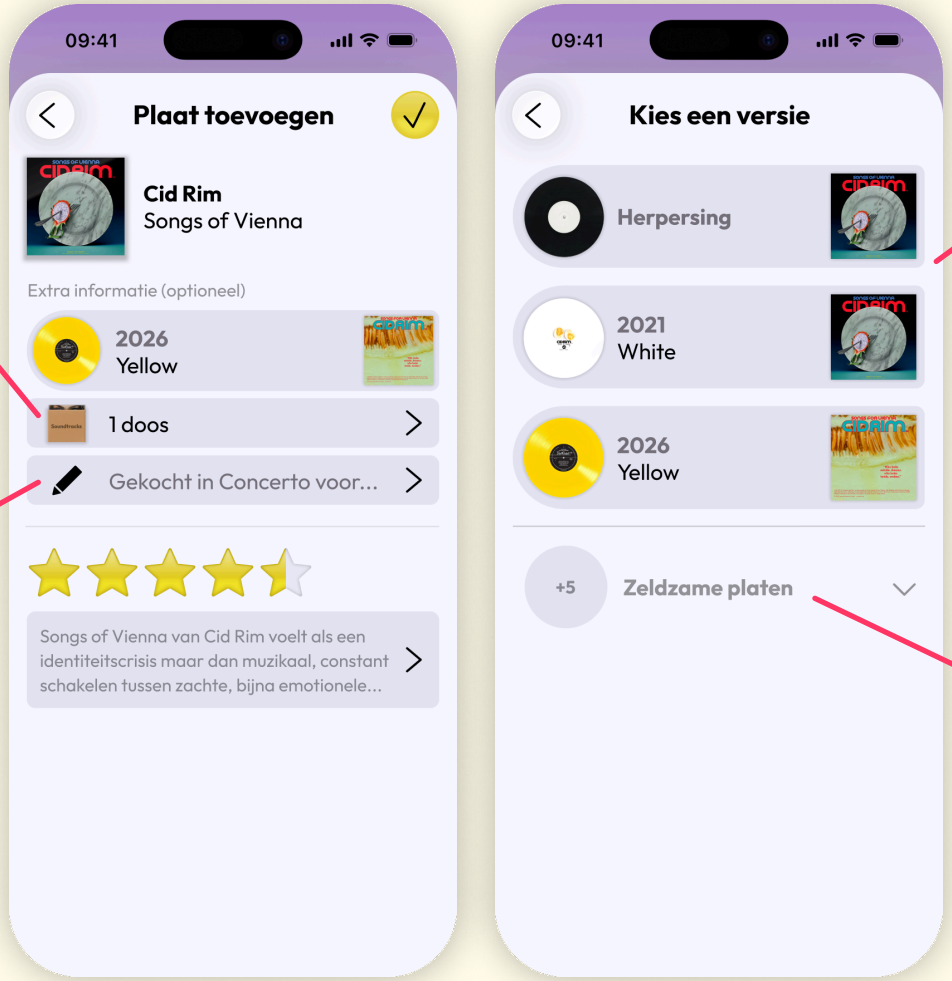
Een subtiele voorvertoning van de plaat maakt het eenvoudig om onderscheid te maken tussen verschillende versies.

7 · Product

Toevoegen aan collectie

Platen kunnen direct aan een doos worden toegevoegd voor een eenvoudigere en snellere flow.

Gebruikers kunnen een privénotitie toevoegen aan een plaat voor persoonlijke opmerkingen die niet zichtbaar zijn voor anderen.



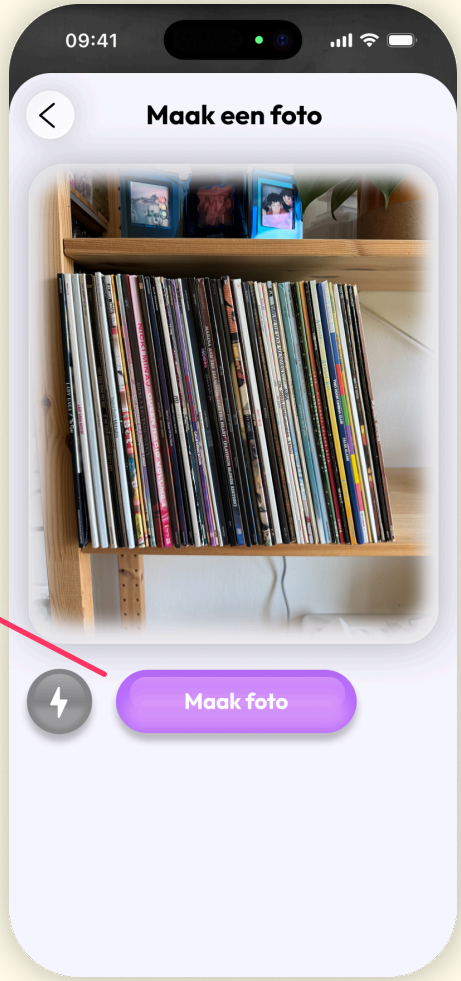
Een overzichtelijke weergave toont alle verschillende persingen van een album.

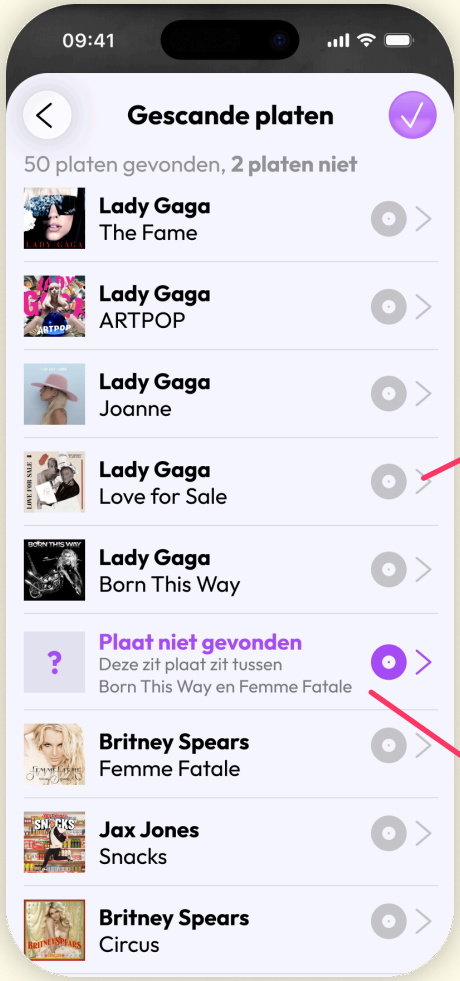
Zeldzame platen die minder dan 1% van de eigenaren van een album bezitten, worden verborgen onder een uitklapbaar menu om het overzicht te bewaren.

7 · Product

Meerdere platen toevoegen

Meerdere platen kunnen in één keer worden toegevoegd door een foto van de platenruggen te maken.





De specifieke versie van een plaat kan later nog door de gebruiker worden ingevuld.

Platen die niet automatisch worden herkend, kunnen handmatig worden toegevoegd.

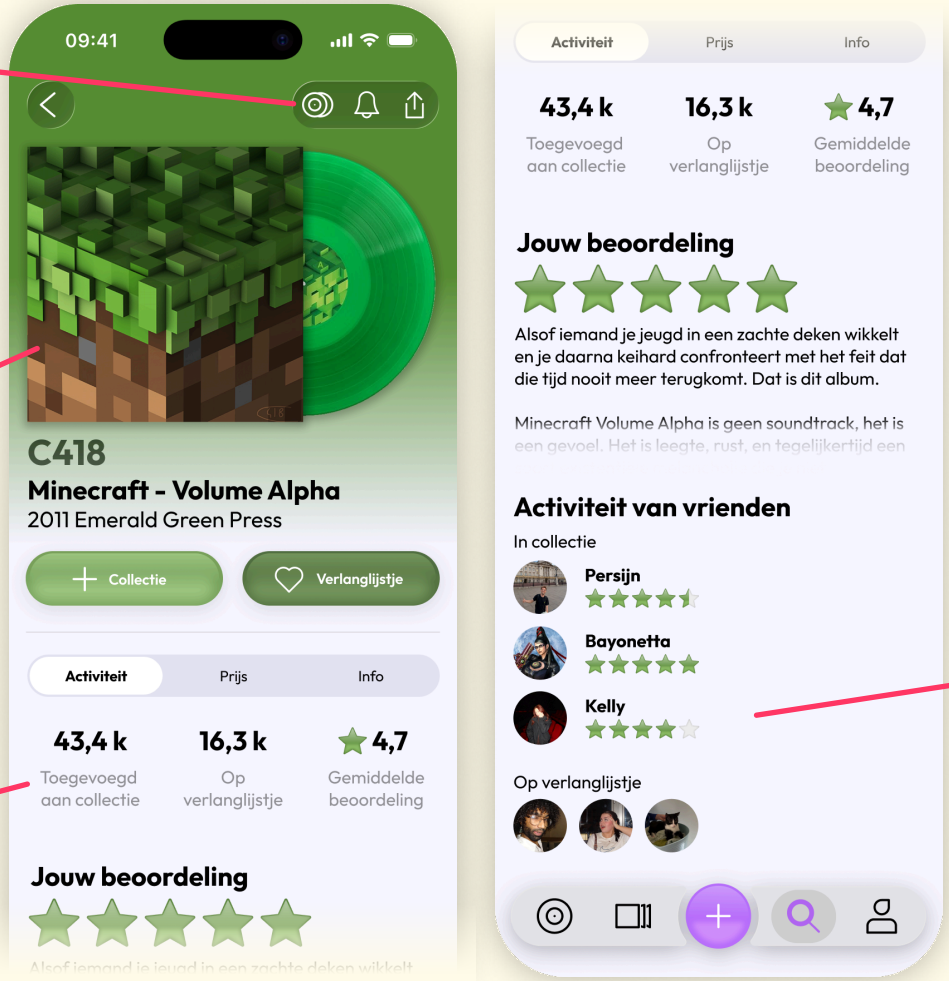
7 · Product

Detailpagina · Activiteit

Opties om andere versies te bekijken, een prijsmelding in te stellen en een plaat te delen met andere gebruikers.

De detailpagina neemt de accentkleur van de albumhoes over, waardoor de album art centraal staat in de ervaring.

Statistieken van de plaat binnen het platform geven snel een eerste indruk van de populariteit en waardering.



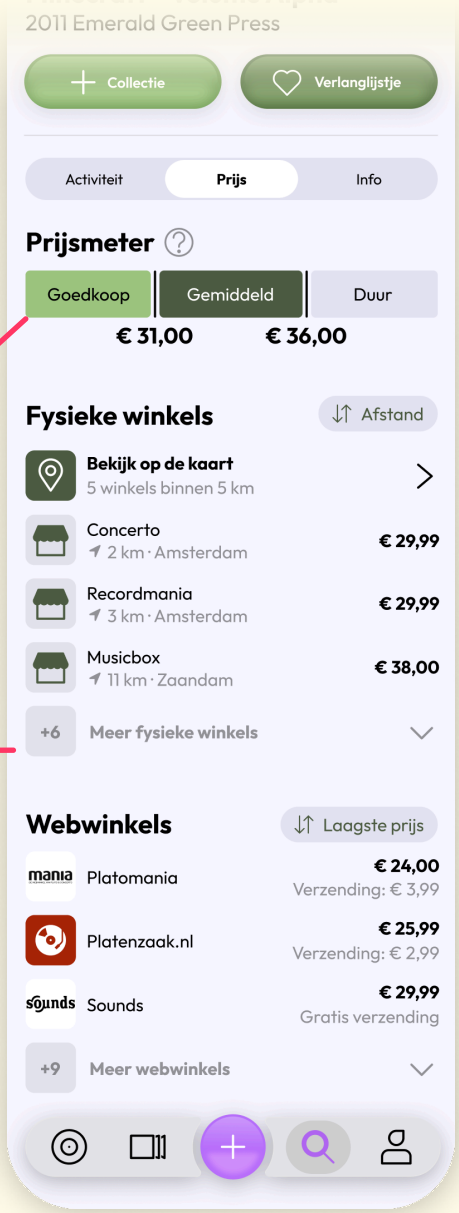
Bekijk activiteit van accounts die de gebruiker volgt rondom dezelfde plaat.

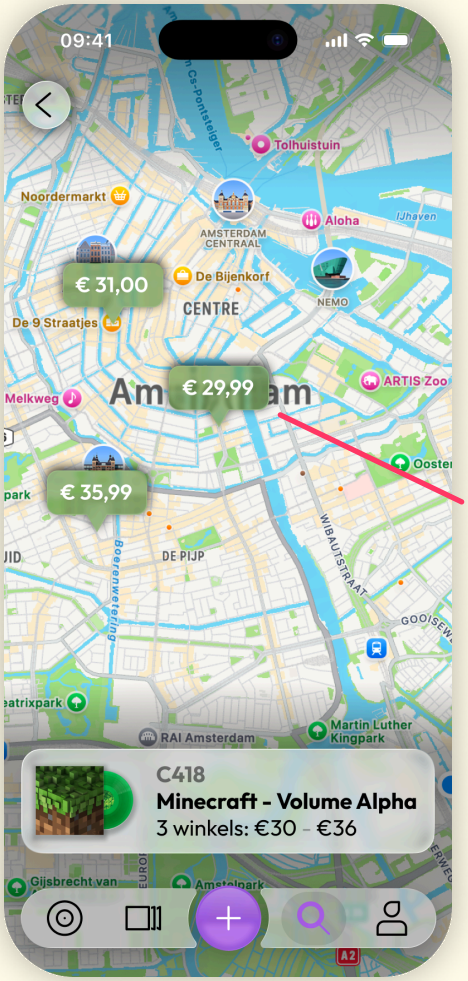
7 · Product

Detailpagina · Prijs

Een prijsvergelijker geeft gebruikers snel inzicht in de nieuwwaarde van een specifieke plaat.

Een overzicht van prijzen bij fysieke en online winkels maakt het eenvoudig om aanbieders met elkaar te vergelijken.



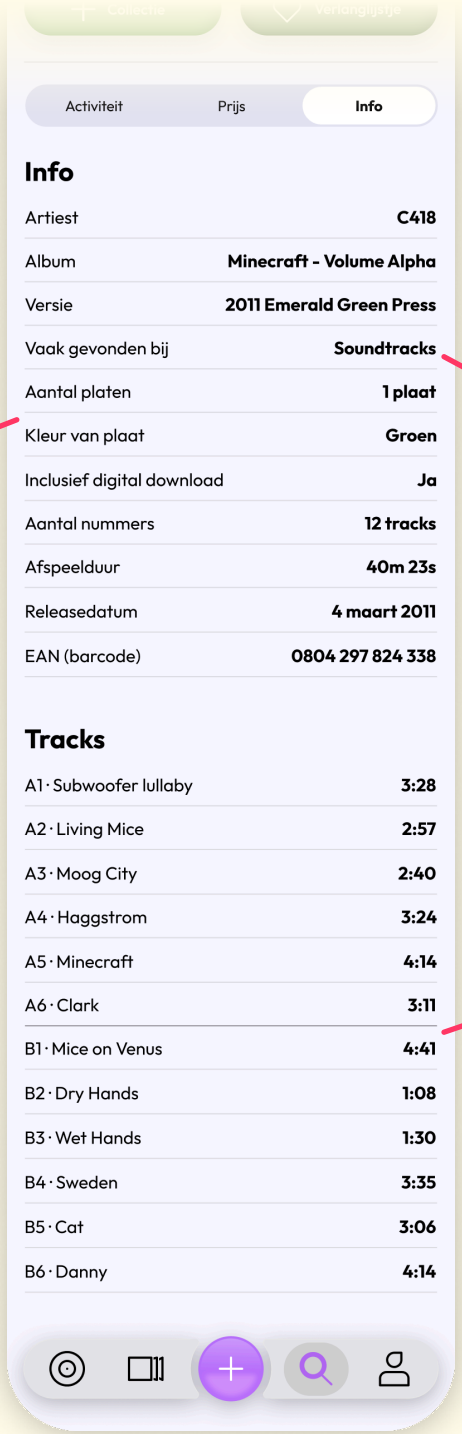


De kaart laat in één oogopslag zien welke winkels in de buurt een plaat verkopen en tegen welke prijs.

7 · Product

Detailpagina · Info

Een uitgebreide informatiepagina biedt alle beschikbare informatie over een plaat op één plek.



Het onderdeel ‘Vaak gevonden bij’ helpt gebruikers om een plaat sneller terug te vinden in fysieke platenwinkels.

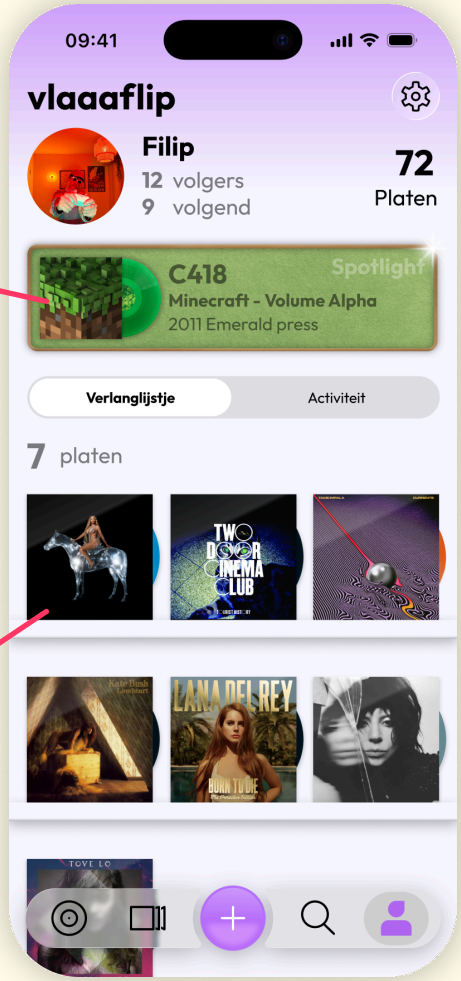
Een volledige tracklist geeft een overzicht van alle nummers op de plaat.

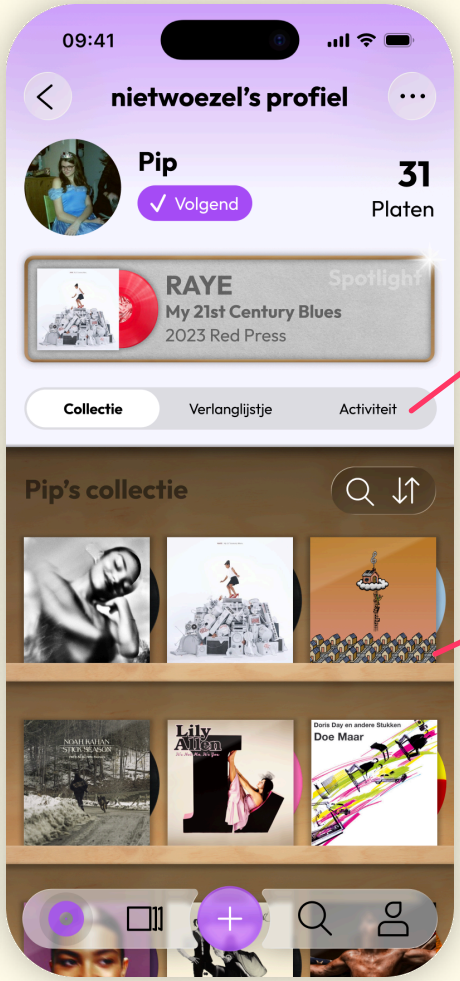
7 · Product

Profielpagina

Met de Spotlight-functie kunnen gebruikers een specifieke plaat uitlichten op hun profiel voor extra personalisatie.

Verlanglijstjes van zowel de gebruiker als andere gebruikers zijn zichtbaar, zodat interessante platen eenvoudig kunnen worden opgeslagen voor later.





Een activiteitenoverzicht op het profiel geeft snel een eerste indruk van de interesses en activiteit van een gebruiker.

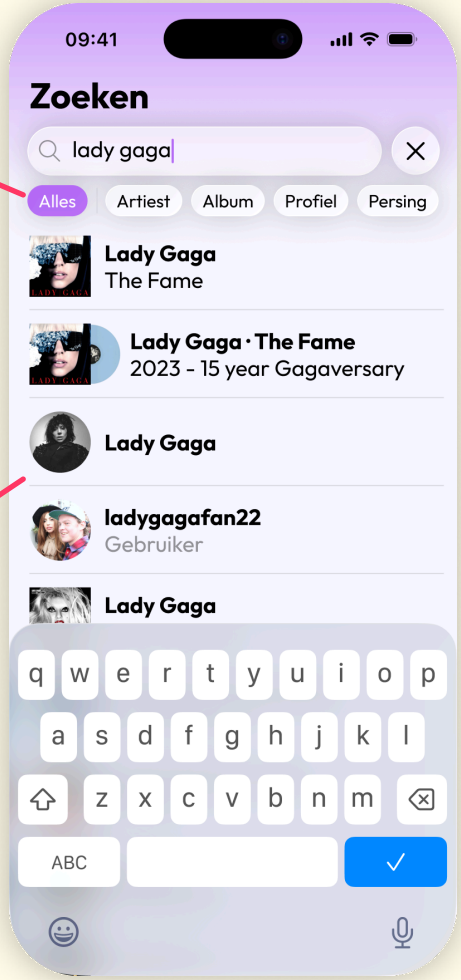
Collecties van andere gebruikers zijn zichtbaar om sociale interactie en ontdekking binnen het platform te stimuleren.

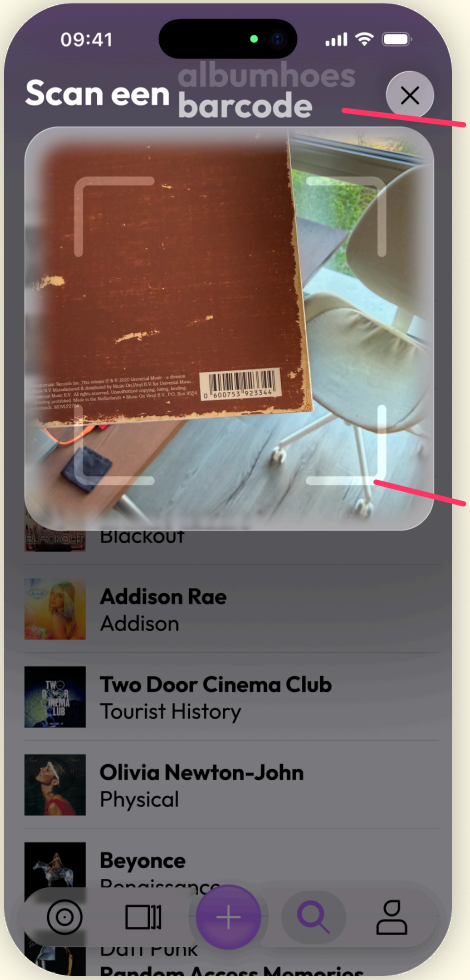
7 · Product

Zoeken

Met zoektags kunnen gebruikers eenvoudig filteren tussen verschillende soorten zoekresultaten.

Verschillende soorten zoekresultaten hebben een eigen vormgeving voor een duidelijk visueel onderscheid.





De titel wisselt tussen ‘albumhoes’ en ‘barcode’ om duidelijk te maken dat beide gescand kunnen worden.

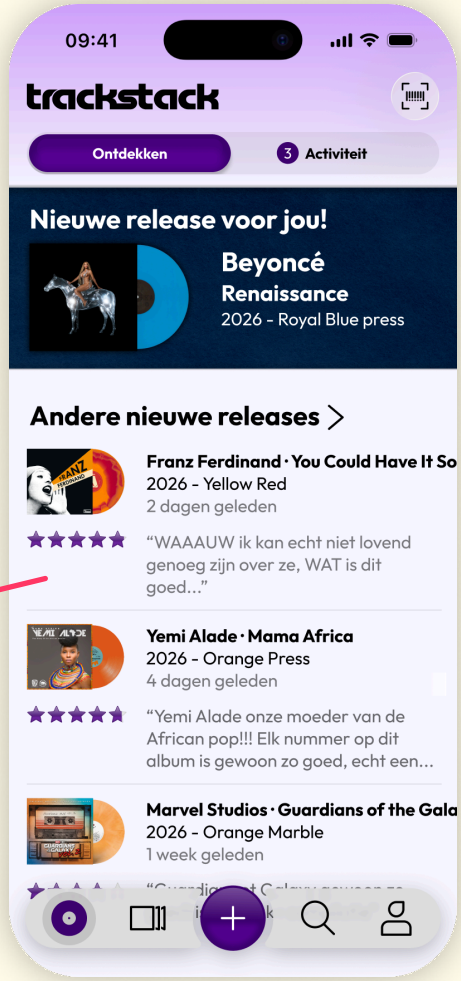
Gebruikers kunnen een albumhoes of barcode scannen om snel een plaat op te zoeken.

7 · Product

Toegankelijkheid

Binnen de app zijn verschillende toegankelijkheidsopties beschikbaar die voldoen aan de WCAG 2 AAA-richtlijnen.

Een hoogcontrastmodus zorgt ervoor dat tekst en iconen altijd een contrastverhouding van minimaal 7:1 hebben met hun achtergrond.





Gebruikers kunnen de inhoud van de app stapsgewijs vergroten tot 200%, zonder verlies van functionaliteit of informatie.

8 Valideren en evalueren

Valideren

Na iedere iteratie heb ik het ontwerp getest met de doelgroep en voorgelegd aan de belanghebbende. De feedback uit deze tests was overwegend positief. Naast waardevolle verbeterpunten gaven alle testpersonen aan dat zij de app zelf zouden gebruiken.

Hoewel ik graag nog aanvullende gebruikerstesten had uitgevoerd, met name langdurige tests om de leercurve van de applicatie te onderzoeken, ben ik tevreden met het uiteindelijke product. De verschillende iteraties en testmomenten hebben geleid tot een oplossing die goed aansluit bij de behoeften van zowel de doelgroep als de belanghebbende.

Met de functies die binnen Trackstack zijn ontwikkeld, ben ik ervan overtuigd dat de design challenge succesvol is opgelost op een manier die waarde toevoegt voor platenverzamelaars.

Zie hoofdstukken 5 t/m 8 van de productbiografie voor een overzicht van de uitgevoerde gebruikerstesten en expertinterviews.

Reflectie

Terugkijkend op de afgelopen vijf maanden ben ik erg tevreden met wat ik heb neergezet. Tijdens dit afstudeerproject heb ik veel bestaande kennis toegepast, maar ook veel nieuwe dingen geleerd. Een belangrijk persoonlijk leerdoel was om minder op aannames te vertrouwen en meer onderzoek te doen. Door uitgebreid bronnenonderzoek, interviews en gebruikerstests uit te voeren, heb ik een sterke basis kunnen leggen voor het ontwerp van Trackstack. De positieve reacties van zowel de doelgroep als de belanghebbende bevestigen dat de app goed aansluit bij hun behoeften.

Daarnaast ben ik trots op de visuele stijl die ik voor het prototype heb ontwikkeld. Ik wilde bewust losbreken van het minimalistische flat design en experimenteren met een meer uitgesproken stijl. Hierdoor heb ik mezelf als ontwerper verder uitgedaagd en geleerd hoe ik unieke en niche ontwerpstijlen kan analyseren en toepassen. Het feit dat alle testpersonen aangaven de app zelf te willen gebruiken gaf mij veel vertrouwen in het eindresultaat.

Tegelijkertijd zie ik ook punten waarop ik mij verder kan ontwikkelen. Zo had ik graag meer ontwerpvariaties willen maken en vergelijken om verschillende oplossingen beter tegen elkaar af te wegen. Ook verliep de planning niet altijd zoals vooraf bedacht door externe factoren en momenten van verminderde motivatie. Daarnaast vond ik het soms lastig om te bepalen welke feedback ik wel en niet moest verwerken, vooral omdat sommige onderdelen van de app bewust een iets steilere leercurve hebben die lastig te beoordelen is tijdens korte gebruikerstesten.

Als ik meer tijd had gehad, zou ik uitgebreider hebben getest met grotere groepen gebruikers, meer experts hebben betrokken en verschillende visuele richtingen verder hebben onderzocht. Ondanks deze punten kijk ik met veel trots terug op het project. Ik ben dankbaar voor de hulp van alle testpersonen, mijn belanghebbende Dick van Dijk en mijn coach Peter Buis. Hun feedback en begeleiding hebben een belangrijke bijdrage geleverd aan het eindresultaat en aan mijn ontwikkeling als ontwerper.

Zie hoofdstuk 9 in de productbiografie voor de volledige reflectie.



Bronnen

· Bronnen

Onderzoeksbronnen

1. Aiolfi S, Bellini S, Grandi B (2022, 31 mei), "Using mobile while shopping in-store: a new model of impulse-buying behaviour". Journal of Consumer Marketing, Vol. 39 No. 5 pp. 432–444, doi. Van https://doi.org/10.1108/JCM-05-2020-3823
2. Alaina Demopoulos (2025, 10 december) “Film bro finds and ‘crash out cinema’: how Letterboxd became a review haven for the algorithm-averse” Geraadpleegd 12 april 2026, van https://www.theguardian.com/film/2025/dec/10/letterboxd-app-movie-review-social-media
3. Anna Fitzgerald (2020, April) “What Is Skeumorphism? A Definition + Design Examples” Geraadpleegd 20 april 2026, van https://blog.hubspot.com/website/skeuomorphism
4. Apple (2026) “Human Interface Guidelines” Geraadpleegd 14 april 2026, van https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines
5. ComebackVinyl. (2025, 11 juli). How we price. ComebackVinyl.com. Geraadpleegd 9 februari 2026, van https://comebackvinyl.com/pages/how-we-price
6. Curry D (2026, 30 april) “Music App Revenue and Usage Statistics (2026)” Geraadpleegd 30 mei 2026, van https://www.businessofapps.com/data/music-streaming-market/
7. Discogs. (2024, 4 februari). Discogs collectors make history with 750 million records in global collection. Discogs.com. Geraadpleegd 9 februari 2026, van https://www.discogs.com/digs/collecting/750-million-records-in-global-collection/
8. Dzulkifli, M. A., & Mustafar, M. F. (2013). The influence of colour on memory performance: a review. The Malaysian journal of medical sciences : MJMS, 20(2), 3–9. Van https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3743993/
9. Figma (2026) “What is Skeuomorphism?” Geraadpleegd 20 april 2026, van https://www.figma.com/resource-library/what-is-skeuomorphism/
10. Guha Sarkar B, Mehta R (2026, 9 januari), "Time pressure and shopping behaviour in retailing: a review and research agenda". Spanish Journal of Marketing - ESIC, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. Van https://doi.org/10.1108/SJME-01-2025-0028
11. Letterboxd (2026) “Year in Review” Geraadpleegd 12 april 2026, van https://letterboxd.com/2025/#title-page
12. MaxVandaag. (2018, 16 oktober). Veel vinyl in huis, maar lang niet iedereen draait het nog. Geraadpleegd 17 maart 2026, van https://www.maxvandaag.nl/sessies/themas/media-cultuur/veel-vinyl-in-huis-maar-lang-niet-iedereen-draait-het-nog/
13. NVPI. (2018) Marktcijfers Audio 2018 [PDF]. Van https://cms.nvpi.nl/uploads/nvpi/files/new_files/1733756813_marktcijfers-audio-2018-4.pdf
14. NVPI. (2020) Marktcijfers Audio 2020 [PDF]. Van https://cms.nvpi.nl/uploads/nvpi/files/new_files/1733756817_marktcijfers-2020.pdf

· Bronnen

Onderzoeksbronnen (vervolg)

15. NVPI. (2022) Opnieuw groei voor Nederlandse muziekindustrie in 2022 [PDF]. Van https://cms.nvpi.nl/uploads/nvpi/files/new_files/1733757386_202303-opnieuw-groei-nederlandse-muziekindustrie.pdf
16. NVPI. (2024) Nederlandse Muziekindustrie groeide met 12% in 2024 [PDF]. Van https://acrobat.adobe.com/id/urn:aaid:sc:eu:9c6f6944-1a85-4a59-a1f4-811b6254b003
17. NVPI. (2025a). Muziekmonitor zomer 2025 [PDF]. Van https://cms.nvpi.nl/uploads/nvpi/files/newfiles/1751297033muziekmonitor-zomer-2025-def-1.pdf
18. NVPI. (2025b, 30 januari). Nederlandse muziekindustrie groeide met 10% in 2025. NVPI. Geraadpleegd 17 maart 2026, van https://www.nvpi.nl/nieuws/7308/nederlandse-muziekindustrie-groeide-met-10--in-2025
19. Reddit gebruikers (2021) “Trying to Be a Perfectionist With Discogs Cataloging (frustrations). “ Geraadpleegd 10 april 2026, van https://www.reddit.com/r/vinyl/comments/ky5ps5/trying_to_be_a_perfectionist_with_discogs/
20. Reddit gebruikers (2024a) “Biggest frustrations as a vinyl collector?” Geraadpleegd 10 april 2026, van https://www.reddit.com/r/vinyl/comments/1bdcimh/biggest_frustrations_as_a_vinyl_collector/
21. Reddit gebruikers (2024b) “What happened to Discogs? Is it just me, or is it frustrating to use all the sudden?” Geraadpleegd 10 april 2026, van https://www.reddit.com/r/vinyl/comments/1ab593c/what_happened_to_discogs_is_it_just_me_or_is_it/
22. Richard Carnes. (2010, 26 maart). Discogs: Vinyl revolution. Geraadpleegd 24 maart 2026, van https://ra.co/features/1166
23. STMedia (2026, 11 februari) “The Rise of Colored Vinyl Records in Modern Collecting” Geraadpleegd 12 april 2026, van https://www.stmedia.us/blogs/news/the-rise-of-colored-vinyl-records-in-modern-collecting?srsltid=AfmBOool4af6P-7Vhaz-nVz9lxcFZQ1RqYpPuUfhg87s0T4MecU2mwjL
24. W3C (2026) “WCAG 2 Overview” Geraadpleegd 21 mei 2026, van https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/
25. Yirou Wang (2023) “Popular Culture Collecting: A Common Phenomenon among Fans” [PDF]. Van https://www.francis-press.com/uploads/papers/8CBm8eyYjHjGYl63GMYRWlMzAXFTerm5xihu4a3D.pdf

Ontwerpbronnen

1. Voor alle verschillende texturen die ik heb gebruikt in mijn HiFi ontwerp: texturelabs.org
2. Voor de verschillende componenten van de Apple Design Guidelines die ik heb gebruikt in mijn ontwerpen: https://developer.apple.com/design/resources/#ios-apps
3. Voor de mockup voor het voorblad van de desgin rationale: https://www.mockupcloud.com/free/iphone-16-free-mockup

· Bronnen

AI Gebruik

Met het ontwerpen van elke app of website gaat is er creativiteit en inspiratie betrokken. Hierdoor vertelt elk ontwerp een verhaal over de ontwerper. Daarom heb ik er voor gekozen om voor het ontwerpen van Trackstack geen AI te gebruiken. Hierdoor kan ik mijn eigen unieke vaardigheden en ontwerpstijl toepassen en kan ik met trots zeggen dat het gehele ontwerp van mij is en mij vertegenwoordigd als ontwerper.

Voor het schrijven van de productbiografie en design rationale heb ik wel AI gebruikt. Specifiek Google Gemini en ChatGPT. Echter vond ik het essentieel dat het resultaat nog steeds mijn eigen taalgebruik, metaforen en conclusies zou reflecteren. Daarom heb ik in mijn hele productbiografie en design rationale deze AI's alleen gebruikt als een taalassistent. Ik typte elk stuk eerst volledig zelf, en liet toen een AI er naar kijken met de instructies: 'Haal de taalfouten eruit en maak het iets vloeiender, maar behoud de tone-of-voice en mijn woordkeuze.'

Doordat ik op deze manier AI heb toegepast binnen het documenteren van mijn afstudeerproject, is het een vloeiender verhaal geworden, en is alle tekst nog steeds een accurate afspiegeling van mijn eigen gedachtengang en taalgebruik.

trackstack

bedankt