CULIQUIZ
JOUW CULINAIRE KENNIS

hop Mede mogelijk gemaakt door het Horeca Ontwikkel Platform

CULIQUIZ PROEFTUIN HORECA · HANDBOEK VOOR DE SECTOR

Blauwdruk Horeca

# Zo leert de horeca met een spel

Handboek voor opleiders, leidinggevenden en trainers: van account tot eigen campagne in de CuliQuiz-leeromgeving

VOOR WIE
**Horecabedrijven, opleidingen, trainers**

OMVAT
**15 modules, 15 referentiedossiers**

GEBRUIK
**Kosteloos, delen mag**

HOP-DOELSTELLING
**2e Kwaliteitskaders scholing**

LEEROMGEVING
**CuliQuiz-app en browser**

VERSIE
**1.0 · September 2026**

De Blauwdruk Horeca is een deliverable van het HOP-project CuliQuiz Proeftuin Horeca (aanvraag 2512-0343, penvoerder Tuindorphotel 't Lansink, uitvoering CuliQuiz B.V.). Het handboek beschrijft hoe de vijftien ontwikkelde modules werken, hoe een bedrijf of school ermee start en hoe de sector zelf leercampagnes bouwt en speelt. De modules zijn gratis speelbaar tot en met 31 augustus 2027.

CULIQUIZ
JOUW CULINAIRE KENNIS

# Waarom deze blauwdruk

De horeca leert het liefst op de werkvloer, in korte momenten, van collega's. Tegelijk verandert de sector snel: nieuwe regels rond alcohol, duurzaamheid en werkdruk, hogere verwachtingen van gasten, minder tijd om in te werken. In het HOP-project CuliQuiz Proeftuin Horeca zijn vijftien leermodules ontwikkeld die precies daarop zijn gebouwd: korte tekst, dan spelen, direct feedback, een badge bij afronding. Dit handboek maakt die aanpak overdraagbaar aan iedereen in de sector.

### Wat je hier vindt

Hoe het leermodel werkt, hoe een speler start, hoe een bedrijf of school een eigen omgeving inricht, hoe je zelf vragen, spelsjablonen en campagnes bouwt, en hoe je met een trainer of docent een groep begeleidt. Elk hoofdstuk staat op zichzelf en eindigt met een checklist.

### Wat je hier niet vindt

De leerstof zelf. Die staat in de vijftien leerboeken en in de campagnes in de app. Per module is er een referentiedossier (PDF) met de leerdoelen, de kerninhoud en tien voorbeeldvragen. Die dossiers staan op culiquiz.nl/hop en horen bij deze blauwdruk.

## Leeswijzer

**1** **Het leermodel**
Microlearning, vijf spelvormen en de keten van vraag tot campagne

**2** **De vijftien modules**
Overzicht van wat er is ontwikkeld, met studielast en dossier

**3** **Starten als speler**
Account, campagne openen, spelen, badge en certificaat

**4** **Starten als organisatie**
Omgeving, teams, gebruikers, rollen en het dashboard

**5** **Eigen content bouwen**
Vragen, contentsets, spelsjablonen en campagnes

**6** **Bulkimport met het werkboek**
In één keer een complete leerlijn aanleveren

**7** **Kwaliteitskader voor vragen**
De regels waar elke vraag aan moet voldoen

**8** **In de les en op de werkvloer**
Werkvormen voor docent, leidinggevende en trainer

**9** **Train-the-Trainer en live activaties**
Draaiboek voor een sessie van 90 minuten

**10** **Uitrol in vier weken**
Stappenplan voor een bedrijf of opleiding

**11** **Meten en verantwoorden**
Wat het dashboard laat zien en wat je rapporteert

**12** **Begrippen en colofon**
Begrippenlijst, bronnen en contact

**Over het HOP-project.** CuliQuiz Proeftuin Horeca is een project binnen het Horeca Ontwikkel Platform met als doel de horeca een toegankelijke, speelse manier van leren te geven. Het project levert vijftien modules, live activaties in het land, een Train-the-Trainer-programma voor docenten, de CuliQuiz Top 100 voor het onderwijs, referentiedossiers per module en deze blauwdruk. Alle onderdelen dragen het HOP-logo.

# 1. Het leermodel: lezen, spelen, feedback, badge

Elke module volgt hetzelfde ritme: een korte tekst, een challenge met vijf tot vijftien vragen, na elk antwoord direct de uitleg, en na alle challenges een badge. Dat ritme is bewust kort: het past in een pauze, een lesuur of een briefing.

**Campagne**
Een afgeronde leerlijn over één thema, bijvoorbeeld "Verantwoord Schenken". Heeft een cover, een intro, een start- en einddatum en een badge.

**Spelsjabloon**
Een sessie van 1 tot 5 rondes. Per ronde een spelvorm, een contentset en het aantal vragen.

**Ronde**
5 tot 15 vragen in één spelvorm, met een vaste mix van makkelijk, gemiddeld en moeilijk.

**Badge**
Verdiend zodra alle sjablonen van de campagne zijn afgerond. Zichtbaar in het profiel van de speler.

## Vijf spelvormen

| Spelvorm | Wat de speler doet | Wanneer je hem kiest |
|---|---|---|
| **Juist of onjuist** | Beoordeelt een stelling met waar of onwaar. | Regels, wetten, feiten. Snel, ideaal als opwarmer. |
| **Meerkeuze** | Kiest het ene juiste antwoord uit vier opties (drie is mogelijk). | Herkennen, situaties, rekenvragen met uitkomst. |
| **Meervoudig correct** | Vinkt alle juiste opties aan uit maximaal vijf. | Checklists, signalen, "wat hoort erbij". |
| **Sorteren** | Sleept items naar de juiste categorie (minimaal twee categorieën). | Indelen: kaasfamilies, vleesdelen, afvalstromen. |
| **Slepen op afbeelding** | Plaatst labels op de juiste plek van een tekening (canvas). | Tafeldekking, snijdelen, een espressomachine. |

## Van vraag tot campagne: de bouwketen

**Vragen**
De kleinste eenheid. Elke vraag heeft een skilldomein (bijvoorbeeld kaas of voedselveiligheid), een topic, een moeilijkheid, een uitleg en een status: concept, gepubliceerd of gearchiveerd. Alleen gepubliceerde vragen komen in het spel.

**Contentsets**
Selectieregels die vragen bundelen: een vaste set domeinen en topics, of een gewogen mix. Een contentset heet bijvoorbeeld "Kaas: Harde kaas". Sjablonen en campagnes putten hieruit.

**Spelsjablonen**
Een speelbare sessie: naam, taal, moeilijkheidsmix en één tot vijf rondes. Elke ronde koppelt een spelvorm aan een contentset en een aantal vragen.

**Campagnes**
De laag die de speler ziet: sjablonen op volgorde, een cover, een beschrijving, een looptijd en een badge. Een campagne kan van het platform zijn (voor iedereen) of van één organisatie.

**Vuistregel.** Bouw van klein naar groot: domeinen en topics, vragen, contentsets, sjablonen, campagne. Wie andersom begint, loopt vast op lege rondes.

# 2. De vijftien modules

Vijftien modules voor bediening en keuken (mbo 2 tot en met 4) en voor inwerken op de werkvloer. Elke module heeft een leerboek van vijf hoofdstukken, een campagne in de app met challenges in meerdere spelvormen, een badge en een referentiedossier (PDF). Alle vijftien staan in de CuliQuiz-leeromgeving en zijn gratis speelbaar tot en met 31 augustus 2027.

| # | Module | Waar het over gaat | Thema | Studielast |
|---|---|---|---|---|
| 1 | **Verantwoord Schenken** | NIX18, alcoholbeleid en gastvrij grenzen stellen | Veilig en gezond | ca. 2,5 uur |
| 2 | **Etiquette & Fine Service Basics** | Gastvrijheid en tafeletiquette in fine dining | Service | ca. 2 uur |
| 3 | **Kostprijsberekening en kostprijsfiche** | Foodcost, marges en de kostprijsfiche in de praktijk | Ondernemen | ca. 2,5 uur |
| 4 | **Klachtenafhandeling** | Klachten en service recovery: van fout naar fan | Service | ca. 2 uur |
| 5 | **Gastvrijheid & Service Excellence** | De gast centraal, van eerste indruk tot afscheid | Service | ca. 2,5 uur |
| 6 | **Patisserie: grondstoffen en basiscrèmes** | Bloem, suiker, vet, eieren en de basiscrèmes | Patisserie | ca. 2,5 uur |
| 7 | **Warenkennis: Kaas** | Van melk tot kaasplank | Warenkennis | ca. 2 uur |
| 8 | **Mentale gezondheid en werkdruk** | Vitaliteit, signalen herkennen en werkdruk in de horeca | Veilig en gezond | ca. 2 uur |
| 9 | **Menu engineering en foodcost** | Slim samenstellen: populariteit, marge en menukaart | Ondernemen | ca. 2 uur |
| 10 | **Warenkennis: Vis** | Soorten, herkomst, kwaliteit en bereiding | Warenkennis | ca. 2,5 uur |
| 11 | **Duurzame horeca en zero waste** | Energie, verspilling en duurzaam inkopen op de werkvloer | Duurzaam | ca. 2 uur |
| 12 | **Warenkennis: Groenten en fruit** | Van veld tot bord: seizoen, kwaliteit en bereiding | Warenkennis | ca. 2,5 uur |
| 13 | **Warenkennis: Vlees** | Van dier tot bord: soorten, delen en bereiding | Warenkennis | ca. 2 uur |
| 14 | **Patisserie: chocolade en karamel** | Van boon tot bonbon: tempereren, karamelliseren en toepassen | Patisserie | ca. 2,5 uur |
| 15 | **Patisserie: deegsoorten** | Van vet-in-bloem tot bladerdeeg | Patisserie | ca. 2 uur |

### Hoe de modules samenhangen

**Service en gast**

Gastvrijheid (5) is de basis; Etiquette (2), Klachtenafhandeling (4) en Verantwoord Schenken (1) verdiepen.

**Product en keuken**

Warenkennis (7, 10, 12, 13) en patisserie (6, 14, 15) geven keuken en bediening dezelfde taal over het bord.

**Bedrijf en mens**

Kostprijs (3) en Menu engineering (9) rekenen aan de kaart; Duurzaam (11) en Mentale gezondheid (8) gaan over de werkvloer van morgen. Instap voor een nieuwe medewerker: 5, 1, een warenkennismodule, 4.

# 3. Starten als speler

Een speler heeft geen uitleg nodig van meer dan één minuut. Dit is die minuut, plus wat een begeleider moet weten om te helpen als het even niet lukt.

1. **Maak een account**
   Download de CuliQuiz-app of open CuliQuiz in de browser en maak een account aan met een e-mailadres. Een account is persoonlijk: badges en voortgang horen bij de speler, niet bij het apparaat. Zonder account werkt een campagnelink niet; maak dus altijd eerst het account en open daarna pas de link.

2. **Open de campagne**
   De HOP-modules staan als campagnes in de app en dragen het HOP-logo en de einddatum 31 augustus 2027. Open een campagne via de lijst in de app of via de campagnelink op culiquiz.nl/hop. Bij een organisatie-campagne moet de speler eerst lid zijn van die organisatie (zie hoofdstuk 4).

3. **Lees en speel**
   Elke campagne opent met een intro en, per challenge, een korte tekst. Daarna volgen de vragen. Na elk antwoord verschijnt direct het juiste antwoord met uitleg. Fout is niet erg: de uitleg is het leermoment. Een challenge duurt drie tot zeven minuten.

4. **Verdien de badge**
   Zodra alle spelsjablonen van de campagne zijn afgerond, krijgt de speler de badge van die module. De badges van de HOP-modules zijn herkenbaar aan het HOP-kenmerk. Ze staan in het profiel en zijn te tonen aan een docent of leidinggevende.

5. **Herhaal**
   Kennis slijt. Speel een module na een paar weken opnieuw, of gebruik Dagelijkse uitdaging en Snelle oefening om bij te blijven.

## Spelmodi in de app

| Modus | Wat het is | Gebruik |
|---|---|---|
| **Campagne** | De volledige leerlijn van een module, met badge. | Basis voor onderwijs en inwerken. |
| **Leren** | Rustig oefenen met uitleg, zonder tijdsdruk. | Voorbereiding op een toets of proefwerk. |
| **Dagelijkse uitdaging** | Een korte set per dag. | Ritme houden na de campagne. |
| **Snelle oefening** | Een paar vragen tussendoor. | In de pauze of vóór de dienst. |
| **Strijd en Snelle strijd** | Tegen een collega of klasgenoot. | Battles in de les of op de werkvloer. |

### Als het niet lukt

- ☐ Campagnelink doet niets: eerst inloggen, dan de link opnieuw openen.
- ☐ Campagne niet zichtbaar: vraag de organisatiebeheerder of je aan de juiste organisatie of het juiste team bent toegevoegd.
- ☐ Geen badge: controleer of elk sjabloon van de campagne is afgerond.

### Privacy van de speler

Een organisatie ziet alleen geaggregeerde resultaten: hoeveel spelers actief zijn, de voltooiing en de nauwkeurigheid per domein. Individuele scores zijn voor de organisatie nooit zichtbaar. Een speler bepaalt zelf of hij zijn badges laat zien.

# 4. Starten als organisatie

Een bedrijf, school of trainer die met een groep wil werken, krijgt een eigen organisatie in CuliQuiz. Daarin zie je wie speelt, welke campagnes lopen en hoe de groep het doet. De inrichting kost een middag.

## Hoe de omgeving is opgebouwd

**Tenant**
Het account waarop de afspraken staan, met één of meer organisaties eronder. Een horecagroep of een ROC is een tenant.

›

**Organisatie**
Een restaurant, een school, een hotel, een merk of een evenement. Heeft eigen campagnes, branding en een dashboard.

›

**Team**
Een groep binnen de organisatie: een klas, een vestiging, de bediening of de keuken.

›

**Gebruiker**
De speler, uitgenodigd per e-mail. Rol: gebruiker of beheerder.

## Inrichten in zes stappen

1. **Vraag een organisatie aan**
   Neem contact op met CuliQuiz (info@culiquiz.nl) met de naam van de organisatie, het type (restaurant, school, hotel, horecagroep, merk, evenement) en de naam van de beheerder. Binnen het HOP-project is een omgeving voor een bedrijf of opleiding kosteloos tot en met 31 augustus 2027.

2. **Maak teams**
   Deel de organisatie in zoals je in de praktijk werkt: per klas, per afdeling of per vestiging. Teams maken het dashboard leesbaar en maken battles tussen groepen mogelijk.

3. **Nodig gebruikers uit**
   Voeg spelers toe met hun e-mailadres, of lever een lijst aan voor een bulkimport (hoofdstuk 6). Uitnodigingsmails gaan pas uit als de beheerder dat bevestigt, zodat je eerst alles kunt controleren.

4. **Koppel campagnes**
   De vijftien HOP-modules zijn platformcampagnes en staan automatisch voor iedereen klaar. Daarnaast kan de organisatie eigen campagnes maken, alleen zichtbaar voor de eigen spelers of voor geselecteerde organisaties.

5. **Zet de huisstijl**
   Per campagne kun je een cover, een introvideo en een eigen uitstraling instellen. Het HOP-logo en de HOP-badge blijven op de HOP-modules staan.

6. **Kijk in het dashboard**
   Het dashboard toont per organisatie de actieve spelers, de voltooiing, de nauwkeurigheid, het afhaakpunt, de campagne-afrondingen (met CSV-export) en de sterke en zwakke vaardigheidsdomeinen. Daarmee stuur je de volgende les of briefing.

### Rollen

**Gebruiker** speelt. **Beheerder van de organisatie** beheert teams, gebruikers, campagnes en branding van de eigen organisatie. **Superbeheerder** (CuliQuiz) beheert het platform, de vragenbank en de tenants. Publiceren van vragen en sjablonen op platformniveau blijft bij CuliQuiz, zodat de kwaliteit van de gedeelde vragenbank bewaakt wordt.

### Wat het kost na het HOP-project

Tijdens het project is het gebruik van de vijftien modules gratis. Voor eigen organisaties en eigen content gelden daarna de reguliere voorwaarden van CuliQuiz per gebruiker per maand. Vraag de actuele tarieven op via info@culiquiz.nl.

# 5. Eigen content bouwen

De kracht van de leeromgeving is dat de sector er zelf mee verder kan: een eigen huisregelmodule, de kaart van dit seizoen, een leverancierstraining. Dit hoofdstuk beschrijft de vier bouwstappen in de beheeromgeving. Bouwen mag iedereen met beheerrechten; publiceren gaat via een review.

### Stap 1 • Vragen

Kies eerst het skilldomein en het topic (er zijn 22 domeinen, van wijn en kaas tot financiën en voedselveiligheid en allergenen). Schrijf de vraag, de opties of categorieën, de moeilijkheid (makkelijk, gemiddeld, moeilijk) en altijd een uitleg: dat is de tekst die de speler na het antwoord ziet en waar het leren gebeurt. Bij sorteren zijn minimaal twee categorieën met elk minimaal één item nodig. Tags (bijvoorbeeld `partner:hop`) werken als filter: getagde en ongetagde vragen mengen niet in één pool. Bewaar als concept, laat een collega meelezen, publiceer daarna.

### Stap 2 • Contentsets

Een contentset bundelt vragen via regels, niet via een handmatige lijst. Drie manieren: **vaste domeinen** (alle vragen uit gekozen domeinen en topics), **gewogen mix** (bijvoorbeeld 60 procent kaas, 40 procent wijn; de gewichten tellen op tot 100) of **open**. Noem een set naar onderwerp en deelonderwerp, zoals "Kaas: Harde kaas" of "Vlees: Delen van het rund". Een set is herbruikbaar in meerdere sjablonen.

### Stap 3 • Spelsjablonen

De editor heeft drie tabbladen. **Basis:** naam, code, beschrijving, taal, status en de moeilijkheidsmix (moet optellen tot 100 procent). **Rondes:** per ronde de spelvorm, het spelvormsjabloon, de contentset en het aantal vragen. **Lokalisatie:** vertalingen, alleen verplicht als het sjabloon in een campagne komt. Bij publiceren gelden vijf regels:

| # | Regel | Waarom |
|---|---|---|
| 1 | 1 tot 5 rondes met unieke rondenummers. | Een sessie blijft kort en overzichtelijk. |
| 2 | 5 tot 15 vragen per ronde. | Genoeg om te leren, kort genoeg om af te maken. |
| 3 | De moeilijkheidsmix moet uit de contentset van elke ronde te halen zijn. | Een ronde met "30 procent moeilijk" faalt als er geen moeilijke vragen zijn. |
| 4 | Vragen zijn uniek over de rondes. | Geen herhaling binnen één sessie. |
| 5 | Bij te weinig voorraad wordt niet aangevuld; het sjabloon wordt geweigerd. | De speler krijgt nooit een halve of vreemde ronde. |

### Stap 4 • Campagnes

De campagnewizard vraagt om: naam en beschrijving; platform (voor iedereen) of organisatie; zichtbaarheid (intern, publiek, tenant of geselecteerde organisaties); start- en einddatum; de beloningsbadge, die pas wordt toegekend na het afronden van álle sjablonen; en optioneel een introvideo. Kies daarna de spelsjablonen in de volgorde waarin gespeeld wordt. Cover en uitstraling stel je in na het opslaan, onder Uiterlijk. Een campagne start als concept en wordt pas actief na controle.

> **Wijzigen na publicatie.** Een gepubliceerd sjabloon aanpassen gaat via een automatische wijzigingsreview. Er is geen handmatige goedkeuring; een eigen verzoek kun je annuleren zolang het nog niet is opgepakt. Zo blijft een lopende campagne stabiel voor de spelers.

# 6. Bulkimport: een complete leerlijn in één keer

Wie meer dan een handvol vragen heeft, werkt in het contentwerkboek: een spreadsheet met vaste tabbladen die de leeromgeving in één keer inleest. Zo zijn ook de vijftien HOP-modules gebouwd.

## Zo werkt het

1. **Vraag het referentiewerkboek op**
   CuliQuiz levert een leeg werkboek (Google Sheet of .xlsx) met alle tabbladen en instructies. Tabnamen en kolomkoppen zijn vast: hernoemen breekt de import.

2. **Vul de tabbladen van klein naar groot**
   Eerst domeinen en topics, dan de vragen per spelvorm, dan contentsets, spelsjablonen met hun rondes en tot slot de campagne. Elke tekst krijgt automatisch een vertaalsleutel; laat die kolom leeg, het script vult hem.

3. **Valideer**
   Upload het werkboek in Bulkimport en kies Valideren. Je krijgt per rij terug wat wordt aangemaakt, bijgewerkt of overgeslagen, en welke fouten er zijn. Niets is nog gewijzigd.

4. **Commit na akkoord**
   Pas als de validatie schoon is en de eigenaar akkoord geeft, wordt de import definitief. Campagnes komen altijd als concept binnen, zodat je ze in de omgeving nog nakijkt voordat spelers ze zien.

## De tabbladen

| Tabblad | Wat erin staat |
|---|---|
| **Skill Domains, Skill Topics** | Codes en namen van domeinen en topics (bijvoorbeeld `patisserie_en_dessert`). |
| **Binary Questions** | Stelling, uitleg, moeilijkheid, status, tags en het juiste antwoord (waar of onwaar). |
| **MCQ Questions** | Vraag met opties A tot en met D (D leeg is drie opties), optioneel een afbeelding, en het juiste antwoord. |
| **Multi Correct Questions** | Opties A tot en met E met per optie juist of onjuist; minstens één juist. |
| **Sorting Questions en Sorting Items** | De vraag en, op een apart blad, de categorieën met hun items en volgorde. |
| **Canvas Questions en Canvas Draggables** | Sleepvragen op een tekening: welke labels op welke regio horen. Alleen met de meegeleverde tekeningen (wereldkaart, rundvleesdelen, tafeldekking, espressomachine, patisserievitrine). |
| **Content Sets** | Naam, poolmodus, domein- en topiccodes, tagfilters of gewichten. |
| **Game Templates en Game Template Rounds** | Sjabloon met moeilijkheidsmix, en per ronde spelvorm, contentset en aantal vragen. |
| **Campaigns** | Naam, beschrijving, zichtbaarheid, looptijd en de sjablonen op volgorde. |
| **Localization** | Alle teksten met hun vertaalsleutel; alleen de brontekst is bewerkbaar. |

### Ook voor organisaties

Er is een tweede bulkimport voor tenants, organisaties en leden. Zo zet een ROC alle klassen in één keer klaar. Uitnodigingsmails gaan alleen uit als je dat bij het committen expliciet aanzet.

### Tip uit de praktijk

Schrijf de vragen eerst in een gewoon document met een vakdocent, laat ze reviewen (hoofdstuk 7) en zet ze pas daarna in het werkboek. Het werkboek is voor invoer, niet voor discussie over de inhoud.

# 7. Kwaliteitskader voor vragen

Een spel is zo goed als zijn vragen. In het HOP-project zijn alle vragen van de vijftien modules getoetst aan onderstaande regels, na een volledige audit van de vragenbank in augustus 2026. Gebruik dit kader voor elke vraag die de sector zelf toevoegt. Het is bewust kort: tien regels die je in één minuut per vraag kunt controleren.

| # | Regel | Toelichting |
|---|---|---|
| 1 | **Het antwoord staat nooit in de vraag** | "Welke kaas uit Gouda heet Goudse kaas?" leert niets. Formuleer de vraag zo dat de speler de kennis moet ophalen, niet moet herkennen. |
| 2 | **Vier opties bij meerkeuze** | Standaard vier, allemaal geloofwaardig en van dezelfde lengte en toon. Drie opties alleen als er geen vierde geloofwaardige is. |
| 3 | **Eén juist antwoord, echt juist** | Bij meerkeuze is precies één optie juist. Twijfelgevallen zijn geen goede vraag; kies dan meervoudig correct of herschrijf. |
| 4 | **Altijd een uitleg** | Eén tot twee zinnen die zeggen waarom het antwoord juist is, bij voorkeur met de regel, het getal of de stap uit het leerboek. De uitleg is het leermoment. |
| 5 | **Feiten uit een bron** | Cijfers, wetten, temperaturen en termen komen uit het leerboek of een controleerbare bron. Bij twijfel: weglaten. |
| 6 | **Wissel het juiste antwoord af** | Zet het juiste antwoord niet standaard op A. Verdeel over A, B, C en D. De app schudt de opties, maar de bron moet ook kloppen. |
| 7 | **Eén ding per vraag** | Geen dubbele vragen ("wat en waarom"). Splits ze. Een stelling is één bewering, zonder "en" of "of". |
| 8 | **Taal van de werkvloer** | Korte zinnen, de termen die in de zaak worden gebruikt, geen vakjargon dat niet in het leerboek staat. Nederlands, of consequent een andere taal per set. |
| 9 | **Moeilijkheid eerlijk labelen** | Makkelijk: herkennen. Gemiddeld: toepassen in een situatie. Moeilijk: rekenen, combineren of een uitzondering kennen. De mix per ronde bouwt hierop. |
| 10 | **Sorteren en slepen met doel** | Elke categorie heeft minimaal één item en elk item hoort duidelijk in één categorie. Een sleepopdracht zonder eenduidig antwoord haal je eruit. |

## Het reviewproces

### 1 · Schrijven

De vakinhoudelijke schrijver maakt de vragen op basis van het leerboek of de bedrijfsbron, in een document, per hoofdstuk.

### 2 · Meelezen

Een tweede vakpersoon (docent, chef, sommelier) loopt de tien regels langs en markeert wat niet klopt. Pas na akkoord gaat de set naar het werkboek.

### 3 · Proefspelen

Twee tot drie spelers uit de doelgroep spelen de campagne als concept. Elke vraag die verwarring oproept gaat terug naar stap 1.

**Vuistregel voor omvang.** Een module van vijf hoofdstukken heeft minimaal 60 gepubliceerde vragen nodig om drie challenges van drie rondes te vullen zonder herhaling, verdeeld over minstens drie spelvormen.

# 8. In de les en op de werkvloer

De app doet het werk niet alleen. Het verschil tussen "even een quizje" en echt leren zit in wat de docent of leidinggevende eromheen doet. Dit zijn de werkvormen die in de live activaties van het project het beste werkten.

### Voor de docent (mbo)

- **Warming-up (10 min).** Laat de klas de eerste challenge spelen voordat je de theorie behandelt. De uitleg na elke vraag activeert voorkennis; jouw les sluit daarop aan.
- **Huiswerk met bewijs.** Geef de campagne mee als huiswerk; de badge is het bewijs van afronding. Het dashboard laat per klas zien welk domein zwak scoort, dat wordt je volgende les.
- **Battle tussen klassen.** Zet twee klassen als teams tegenover elkaar op dezelfde campagne. Werkt vooral bij warenkennis en kostprijs.
- **Referentiedossier als lesplan.** De leerdoelen uit het dossier zijn direct te koppelen aan het kwalificatiedossier; de tien voorbeeldvragen zijn bruikbaar als toetsvragen.

### Voor de leidinggevende (werkvloer)

- **Vijf minuten vóór de dienst.** Eén challenge per briefing, op de telefoon, staand bij de pass. Verantwoord Schenken vóór een druk weekend, Klachtenafhandeling na een slechte review.
- **Inwerken in volgorde.** Nieuwe medewerker: Gastvrijheid in week 1, Verantwoord Schenken in week 2, de warenkennismodule die bij de kaart past in week 3. Badge is de afvinklijst.
- **Praat over de uitleg.** De waarde zit in de vraag waarover het team het oneens was. Bespreek die ene vraag; niet alle vijftien.
- **Eigen huisregels als campagne.** Zet de eigen kaart, allergenen en huisregels in een organisatie-campagne (hoofdstuk 5). Vijftig vragen zijn genoeg voor een start.

### Voor de trainer of coach

- **Voor, tijdens, na.** Laat deelnemers de campagne spelen vóór de training (nulmeting), gebruik de zwakke domeinen uit het dashboard als programma, en laat ze twee weken later opnieuw spelen (effectmeting).
- **Live quiz op groot scherm.** Speel een challenge klassikaal, stem per vraag met de hand, laat daarna de uitleg zien. Twintig minuten, altijd energie.
- **Certificaat na de reeks.** Vier badges in een kwartaal is een mooi moment voor een certificaat en een foto.

### Wat we leerden in de activaties

- Spelen werkt beter dan uitleggen: eerst spelen, dan pas toelichten.
- Een groep van 15 tot 25 is ideaal; groter wordt het een show, kleiner mist de competitie.
- Zorg dat accounts vóór de sessie zijn aangemaakt. Het aanmaken zelf kost de meeste tijd.
- Sluit altijd af met wat er de komende week gespeeld wordt, en wie erop let.

# 9. Train-the-Trainer en live activaties

In het project worden docenten van verschillende opleidingen tijdens live sessies getraind om zelf met de leeromgeving te werken. Dit draaiboek is de vaste opzet van zo'n sessie van 90 minuten, ook bruikbaar voor een bedrijfsactivatie of een beurs. Eén begeleider, maximaal 25 deelnemers, één scherm, iedereen een telefoon.

| Tijd | Onderdeel | Wat er gebeurt | Nodig |
|---|---|---|---|
| 0 tot 10 | **Ontvangst en account** | Deelnemers maken een account aan of loggen in. Begeleider loopt rond. Wie klaar is speelt alvast de Snelle oefening. | Wifi, QR-code naar de app |
| 10 tot 20 | **Waarom spelen** | Kort verhaal: waarom korte spelmomenten beter blijven hangen dan een uur uitleg, en wat de vijftien modules zijn. | Deze blauwdruk, hoofdstuk 1 en 2 |
| 20 tot 40 | **Zelf spelen** | Iedereen speelt één campagne die past bij de groep (docenten: Gastvrijheid of Verantwoord Schenken). Begeleider observeert waar het hapert. | Campagnelink |
| 40 tot 55 | **De uitleg bespreken** | Op het scherm drie vragen waar de groep verdeeld over was. Bespreek de uitleg. Dit is het moment waarop docenten zien hoe zij de app in de les gebruiken. | Scherm, drie vragen klaargezet |
| 55 tot 75 | **Achter de knoppen** | Demonstratie van de beheeromgeving: organisatie, teams, dashboard, één eigen vraag maken en in een concept-campagne zetten. Deelnemers kijken mee op eigen scherm. | Demo-organisatie |
| 75 tot 90 | **Plan en afspraak** | Elke deelnemer schrijft op: welke module, welke klas of ploeg, welke week, en wie in het dashboard kijkt. Afsluiten met de battle tussen twee groepen. | Werkblad met de vier vragen, badge-uitreiking |

### Checklist vóór de sessie

- ☐ Demo-organisatie klaar met minstens één team en één concept-campagne
- ☐ Campagnelinks en QR-codes getest op een telefoon zonder account
- ☐ Drie discussievragen gekozen uit de campagne van de dag
- ☐ HOP-logo op de presentatie en op het materiaal
- ☐ Presentielijst voor de projectverantwoording (naam, opleiding of bedrijf, datum)

### Na de sessie

- ☐ Deelnemers toegevoegd aan de juiste organisatie of team
- ☐ Afspraak per deelnemer vastgelegd (module, groep, week)
- ☐ Na twee weken: dashboard bekijken en de deelnemer een korte terugkoppeling sturen
- ☐ Aantal deelnemers, regio en datum opgenomen in de projectrapportage

**Varianten.** Beursactivatie (20 minuten): alleen ontvangst, zelf spelen en een battle op het scherm. Bedrijfsactivatie (60 minuten): zonder het blok achter de knoppen, met de leidinggevende als begeleider van het plan. Schoolbezoek Top 100 (45 minuten): spelen, bespreken, klassement.

# 10. Uitrol in vier weken

Een bedrijf of opleiding dat vandaag besluit, speelt over vier weken met een badge. Dit stappenplan is de kortste route die in de pilots werkte. Wie een eigen campagne wil bouwen, telt er twee tot vier weken bij voor het schrijven en reviewen van vragen.

**Week 1** **Besluiten en inrichten.** Kies één eigenaar (een docent, een bedrijfsleider). Kies de eerste drie modules uit hoofdstuk 2. Vraag de organisatie aan, maak de teams, verzamel de e-mailadressen. Plan de startsessie en de meetmomenten.

**Week 2** **Starten.** Startsessie volgens het draaiboek van hoofdstuk 9 (of de korte variant). Iedereen heeft aan het eind een account en heeft de eerste challenge gespeeld. Eigenaar kijkt na twee dagen in het dashboard wie nog niet is gestart en spreekt die persoonlijk aan.

**Week 3** **Ritme.** Eén challenge per dienst of per les, vast moment. De eigenaar bespreekt wekelijks één vraag met de groep. Halverwege de week: stand van de badges delen (aantal, niet namen).

**Week 4** **Afronden en vieren.** Iedereen rondt de eerste module af. Badges worden benoemd in de briefing of de les. Eigenaar leest het dashboard: welk domein was zwak, en wordt dat de volgende module of een eigen campagne? Plan de volgende vier weken.

## Rolverdeling

| Rol | Doet | Tijd per week |
|---|---|---|
| **Eigenaar** | Kiest modules, kijkt in het dashboard, spreekt mensen aan, bespreekt de vraag van de week. | 1 uur |
| **Beheerder** | Richt de organisatie in, voegt spelers toe, zet campagnes klaar. Kan dezelfde persoon zijn als de eigenaar. | 2 uur in week 1, daarna een kwartier |
| **Speler** | Speelt één challenge per dienst of les. | 15 tot 30 minuten |
| **CuliQuiz** | Levert de omgeving, de modules, het werkboek en de eerste sessie binnen het HOP-project. | Op aanvraag |

### Wat het minimaal oplevert

Na vier weken: elke medewerker of student één afgeronde module met badge, een dashboard met de zwakke en sterke domeinen van de groep, en een vast leermoment in het rooster. Dat laatste is het echte resultaat.

### Waar het misgaat

Geen eigenaar; accounts die tijdens de sessie nog gemaakt moeten worden; te veel modules tegelijk; het dashboard dat niemand bekijkt. Alle vier zijn te voorkomen met week 1.

# 11. Meten en verantwoorden

Leren met een spel heeft één groot voordeel boven een klassikale training: alles wordt geregistreerd. Het dashboard van de organisatie laat zien of er gespeeld wordt, of het afgemaakt wordt en wat de groep wel en niet weet. Voor een school, een bedrijf of een subsidieverantwoording zijn dat de cijfers die tellen.

## Wat het dashboard laat zien

**ACTIEVE SPELERS**
Hoeveel gebruikers in de periode hebben gespeeld, per organisatie en per team.

**VOLTOOIING**
Welk deel van de gestarte sessies en campagnes is afgerond. Het cijfer om op te sturen.

**NAUWKEURIGHEID**
Het percentage juiste antwoorden, per vaardigheidsdomein. Laag betekent: hier zit de leerwinst.

**AFHAAKPUNT**
Waar spelers stoppen. Vaak een te lange ronde of een onduidelijke vraag.

**CAMPAGNE-AFRONDINGEN**
Aantal behaalde badges per campagne, te exporteren als CSV voor de eigen rapportage.

**SESSIE-ACTIVITEIT**
Wanneer er gespeeld wordt. Handig om het vaste leermoment te kiezen.

## Een eenvoudige effectmeting

Wie wil weten of het werkt, meet drie keer: **nulmeting** (de nauwkeurigheid per domein in de eerste week, vóór enige uitleg), **tussenmeting** (na afronding van de module) en **eindmeting** (dezelfde module opnieuw, zes tot acht weken later). Het verschil tussen nul- en eindmeting is de kennisgroei; de voltooiing zegt of het programma is volgehouden. Vul dit aan met een korte tevredenheidsvraag aan de spelers (één cijfer van 1 tot 10) en aan de eigenaar (kost het minder inwerktijd, minder fouten?).

| Indicator | Bron | Doelwaarde van het project |
|---|---|---|
| **Voltooiingsgraad** | Dashboard, campagne-afrondingen gedeeld door gestarte spelers | 85 procent bij begeleide groepen |
| **Kennisgroei** | Nauwkeurigheid eindmeting min nulmeting, per domein | plus 15 procentpunt |
| **Tevredenheid spelers** | Eén vraag na de badge, schaal 1 tot 10 | 8 of hoger |
| **Bereik** | Actieve spelers, unieke accounts per organisatie | Per uitrol vastleggen |

### Privacy en AVG

De organisatie ziet alleen geaggregeerde cijfers, nooit de score van één persoon. Een presentielijst voor een activatie bevat naam, organisatie en datum, niets meer. Rapporteer in aantallen en percentages, niet in namen.

### Voor de subsidieverantwoording

Bewaar per activatie: datum, plaats, aantal deelnemers, welke module, foto met HOP-logo. Bewaar per organisatie: startdatum, aantal spelers, CSV van de afrondingen. Daarmee is elke KPI van het project te onderbouwen.

# 12. Begrippenlijst

**Badge** · Beloning die een speler krijgt na het afronden van alle spelsjablonen van een campagne.

**Beheeromgeving** · De omgeving waarin beheerders organisaties, gebruikers, vragen, sjablonen en campagnes beheren.

**Bulkimport** · Het in één keer inlezen van een contentwerkboek of een ledenlijst, altijd eerst valideren, dan committen.

**Campagne** · Een leerlijn over één thema: sjablonen op volgorde, cover, looptijd en badge. Van het platform of van één organisatie.

**Canvas** · Spelvorm waarbij labels op een tekening worden gesleept.

**Challenge** · Een speelbaar onderdeel van een campagne: korte tekst plus een spelronde.

**Contentset** · Selectieregel die vragen bundelt op domein, topic, tag of gewicht.

**Dashboard** · Geaggregeerde leerinzichten per organisatie; nooit individuele scores.

**Moeilijkheidsmix** · De verdeling makkelijk, gemiddeld en moeilijk in een sjabloon; telt op tot 100 procent.

**Organisatie** · Een restaurant, school, hotel, merk of evenement met eigen spelers, campagnes en dashboard.

**Referentiedossier** · PDF per module met leerdoelen, kerninhoud, opbouw in de app en tien voorbeeldvragen.

**Ronde** · Vijf tot vijftien vragen in één spelvorm binnen een sjabloon.

**Skilldomein en topic** · De indeling van de vragenbank in vakgebieden en onderwerpen.

**Spelsjabloon** · Een speelbare sessie van één tot vijf rondes.

**Team** · Een groep binnen een organisatie: klas, afdeling, vestiging.

**Tenant** · Het account waaronder één of meer organisaties vallen.

**Werkboek** · De spreadsheet met vaste tabbladen voor de bulkimport van content.

**Wijzigingsreview** · Automatische controle bij het aanpassen van gepubliceerde content.

# Colofon en verantwoording

**Blauwdruk Horeca**, versie 1.0, september 2026. Onderdeel van het project CuliQuiz Proeftuin Horeca, mede mogelijk gemaakt door het Horeca Ontwikkel Platform (HOP), aanvraag 2512-0343. Penvoerder: Tuindorphotel 't Lansink, Hengelo. Uitvoering: CuliQuiz B.V.

De blauwdruk is kosteloos beschikbaar voor de horecasector en het horecaonderwijs en mag ongewijzigd worden gedeeld. Bij gebruik van delen ervan graag bronvermelding: "Blauwdruk Horeca, CuliQuiz Proeftuin Horeca, 2026". Het platform, de vragenbank en de modules blijven eigendom van CuliQuiz B.V.; de vijftien HOP-modules zijn gratis speelbaar tot en met 31 augustus 2027.

**Bronnen.** De vijftien leerboeken en campagnes van CuliQuiz Academy, de referentiedossiers per module, de handleiding van de CuliQuiz-beheeromgeving (september 2026), de ervaringen uit de live activaties en de pilots van het project en het kwaliteitskader voor vragen na de audit van de vragenbank (augustus 2026).

**Contact.** CuliQuiz B.V., info@culiquiz.nl, +31 6 10 36 70 82, culiquiz.nl/hop. Vragen over de leeromgeving, een organisatie aanvragen of een Train-the-Trainer-sessie boeken: via dit adres.

**Versiebeheer.** Deze blauwdruk wordt bijgewerkt bij wijzigingen in de leeromgeving. De actuele versie staat altijd op culiquiz.nl/hop.

**Mede mogelijk gemaakt door het Horeca Ontwikkel Platform**

Het HOP investeert in de ontwikkeling en scholing van de horeca. CuliQuiz Proeftuin Horeca draagt daaraan bij met vijftien modules, live activaties, een trainersprogramma, referentiedossiers en deze blauwdruk. Meer over het platform: horecaontwikkelplatform.nl.