



Faculty of Design

2014

Clashing cultures – A systemic examination of onboard and destination cultures in cruise tourism

Kowollik, Carolin and Jonas, Wolfgang

Suggested citation:

Kowollik, Carolin and Jonas, Wolfgang (2014) Clashing cultures – A systemic examination of onboard and destination cultures in cruise tourism. In: Proceedings of RSD3, Third Symposium of Relating Systems Thinking to Design, 15-17 Oct 2014, Oslo, Norway. Available at <http://openresearch.ocadu.ca/id/eprint/2092/>

Open Research is a publicly accessible, curated repository for the preservation and dissemination of scholarly and creative output of the OCAD University community. Material in Open Research is open access and made available via the consent of the author and/or rights holder on a non-exclusive basis.

The OCAD University Library is committed to accessibility as outlined in the [Ontario Human Rights Code](#) and the [Accessibility for Ontarians with Disabilities Act \(AODA\)](#) and is working to improve accessibility of the Open Research Repository collection. If you require an accessible version of a repository item contact us at repository@ocadu.ca.

Relating Systems Thinking & Design 3
Oslo, 15.-17.10.2014

Clashing Cultures

a systemic examination of on-board and
destination cultures in cruise tourism

Carolin Kowolik
Wolfgang Jonas

17.10.2014



Institut für Transportation Design

Braunschweig University of Art

Hochschule für Bildende Künste Braunschweig



Kampf um die Lagune

Zwölf Kreuzfahrtschiffe liefen am Samstag Venedig an – ein neuer Rekord. Tausend Umweltschützer und Anwohner protestierten gegen diese Art von Tourismus, die ihrer Ansicht nach Überschwemmungen befördert und die Stadt zu einem Freizeitpark verkommen lässt

VON TOBIAS LANG
UND JANINA LIONELLO

Sie wirkt wie aus einer anderen Welt. Langsam und behäbig schiebt sich die *MSC Divina* vorbei an den prunkvollen Bauten Venedigs, den Palästen, der Kunst, die die Stadt in jeder Gasse ausdünstet. Eine ältere Frau mit Gasmaske vorm Gesicht streckt ihren Mittelfinger in Richtung des Kreuzfahrtschiffes. Eine andere senkt drohend den Daumen. Bereits zuvor sprangen etwa 50 Demonstranten in den Giudecca-Kanal, den die Ozeanriesen täglich durchqueren. Ihr Ziel: die Kreuzfahrtschiffe an der Ausfahrt zu hindern und den Zeitplan zu sabotieren. Zwölf dieser schwimmenden Plattenbauten mit insgesamt 30 000 Passagieren legten am vergangenen Samstag vor Venedig an. Ein neuer Rekord für die Lagunenstadt. Zu viele Schiffe am falschen Ort, finden die Bewohner. Der Sänger Adriano Celentano hatte sogar eine ganzseitige Anzeige im *Corriere della Sera* geschaltet, um gegen die „schändliche Parade“ zu protestieren.

Die Demonstranten haben die „Monster“ angeschrien, die die Kanäle aushöhlen

Einer der etwa tausend Demonstranten ist Tommaso Cacciari. Er hat im Januar 2012 die Protestbewegung „No Grandi Navi“ gegründet, die die Riesenschiffe aus den Kanälen der Stadt vertreiben soll. „Damals waren wir gerade einmal 30 Leute, die auf einer Brücke rumstanden und die Monster angeschrien haben“, erzählt er.



Lang, T. and Lionello, J. (23. 09. 2013) Kampf um die Lagune. Süddeutsche Zeitung.

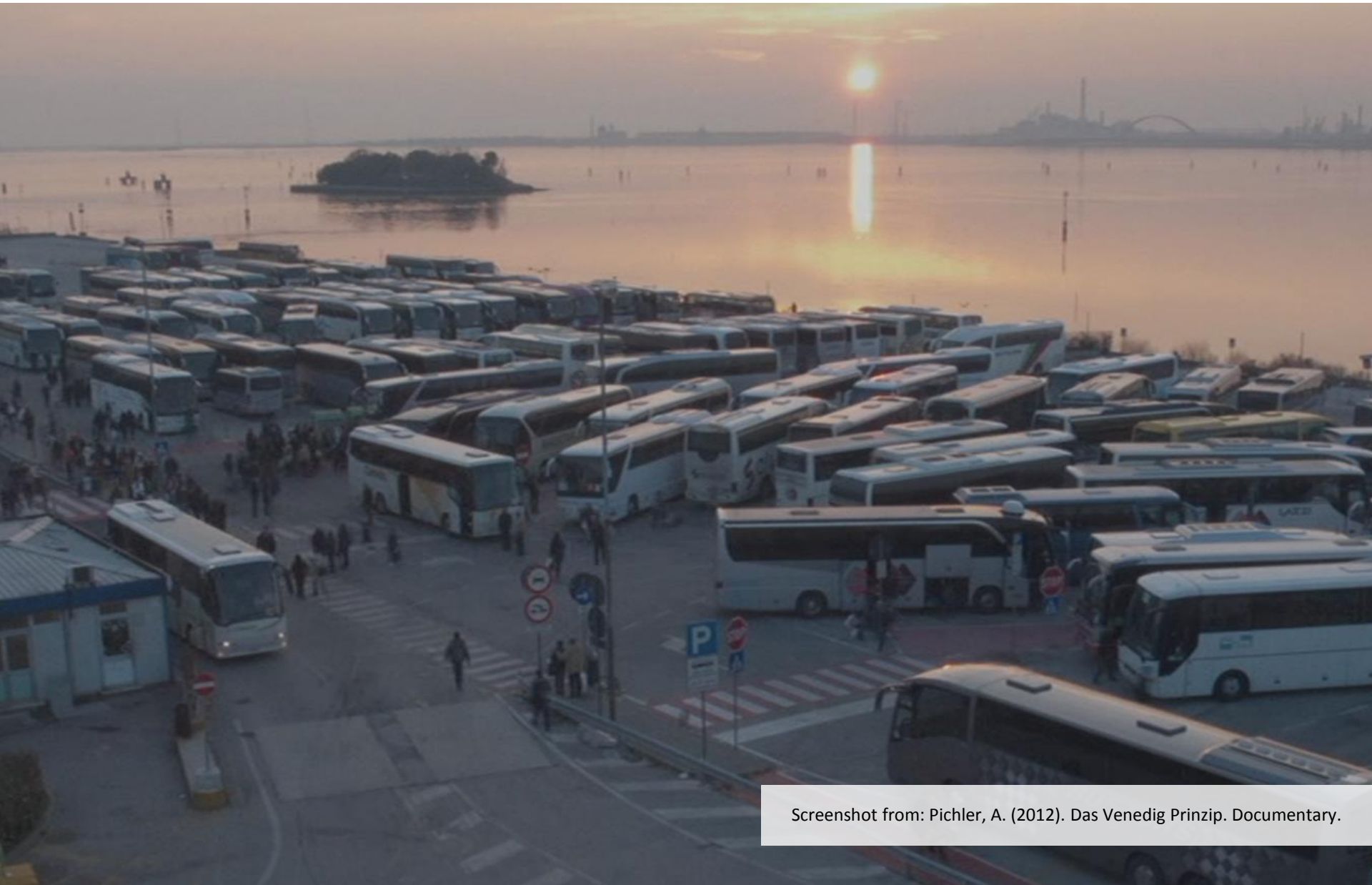
Passenger Carrying Capacity



St. Mark's Square
Venice

Screenshot from: Pichler, A. (2012). Das Venedig Prinzip. Documentary.

Passenger Carrying Capacity



Screenshot from: Pichler, A. (2012). Das Venedig Prinzip. Documentary.

Cruise Tourism in Venice

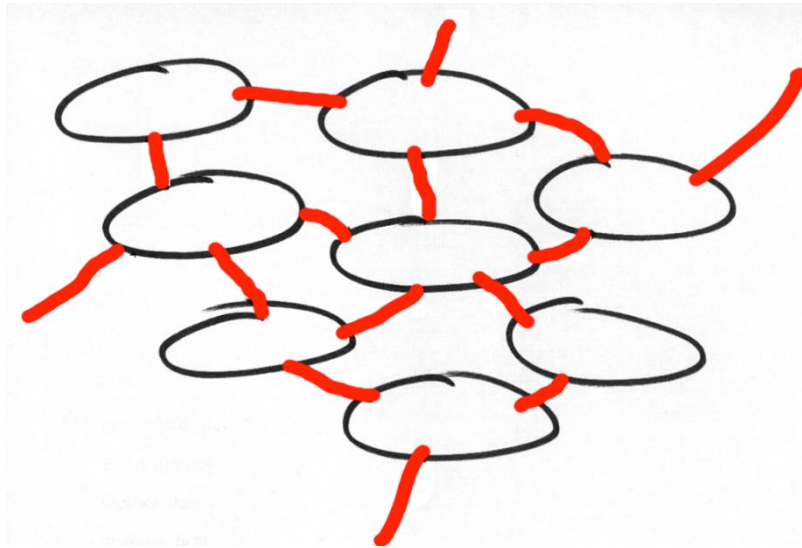
„No Grandi Navi“: movement against
cruise Ships in Venice



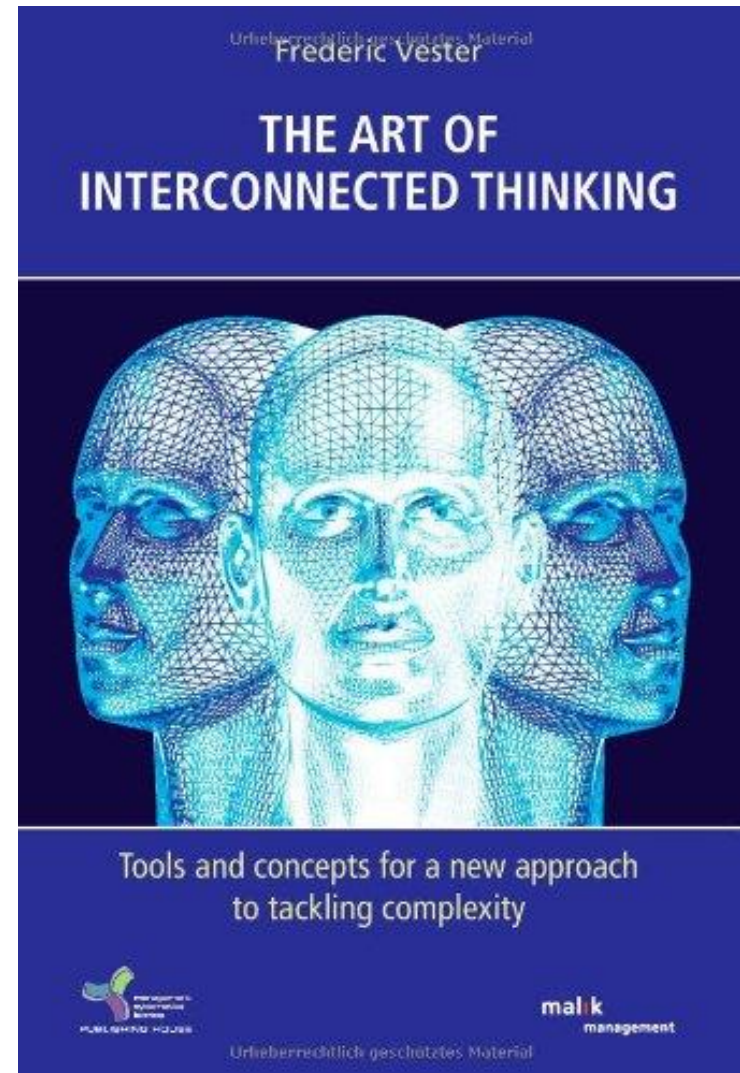
Social Sustainability



Systems Thinking



→ Frederic Vester, 2002



Systems Thinking – defining variables

1. Stakeholders

Who is there?

2. Actions

What do they do?

3. Space

What is happening where?

4. Condition

How do they feel?

5. Environment

How are the resources used?

6. Inner processes

Which ways of communication are there?

7. Inner order

How is it regulated?

Systems Thinking – Cross-Impact Analysis

Matrix of consensus

System model: Rhodes_Workshop

Influence by ↓ to →		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	AS	P
1	Social Impact of CTourism	X	1	2	1	3	0	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	14	476
2	Experience of CTourists	2	X	0	3	1	1	1	1	0	1	2	1	3	0	1	1	0	1	1	3	1	1	25	775
3	Local Policy Strength	3	1	X	2	1	0	2	0	0	0	0	2	3	2	0	3	3	1	3	0	3	1	29	377
4	Respect of CTourists	2	2	1	X	3	1	2	2	1	0	2	1	1	0	0	2	0	0	2	2	1	1	26	702
5	Friendliness towards CTourists	0	3	0	3	X	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	9	306
6	Consumer Culture on CShips	2	2	0	3	2	X	0	0	3	1	1	1	0	2	0	2	0	1	1	1	2	1	25	125
7	Authenticity of the place	2	2	0	1	1	0	X	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	9	207
8	Authenticity of CMedia	0	3	0	1	0	0	0	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	16
9	Leisure Design on CShips	0	3	0	2	0	2	0	0	X	0	0	0	2	2	0	0	0	1	0	1	2	0	15	135
10	Separation Crew-Passengers	0	1	0	1	0	0	0	0	2	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	5	5
11	Openness of CShips	1	1	0	1	3	1	0	0	1	0	X	0	1	0	1	0	0	0	0	0	2	0	12	108
12	Length of Stay of CShips	2	2	0	2	2	0	0	0	1	0	0	X	3	0	0	1	0	2	0	1	2	2	20	200
13	Temp. Distrib. of CTourists	3	3	0	1	3	0	3	0	0	0	0	0	X	0	3	0	0	0	0	0	1	1	18	270
14	Size and Number of CShips	2	2	0	1	2	0	2	0	0	0	1	2	3	X	2	3	0	2	1	1	2	1	27	567
15	Passenger pollution	2	2	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	X	2	0	1	1	0	0	1	13	117
16	Environmental Impact	2	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	X	1	0	0	0	0	2	1	10	140
17	Property Prices	3	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	2	2	1	0	0	10	130
18	Diversity Local Infrastructure	2	1	1	1	1	0	2	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	X	1	1	1	1	16	256
19	Diversity Local Economic Str.	2	1	2	1	1	0	2	0	0	0	1	1	0	1	0	0	2	0	X	2	1	1	18	270
20	Share of Local Economy	3	0	3	1	3	0	3	0	0	0	2	1	1	2	0	1	1	2	2	X	2	3	30	480
21	Profit of CIndustry	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	1	X	1	9	189
22	Profit from CTourism	1	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	1	2	1	1	X	15	285
Consensus		34	31	13	27	34	5	23	4	9	1	9	10	15	21	9	14	13	16	15	16	21	19	PS	
Compare with		41	81	223	96	26	500	39	100	167	500	133	200	120	129	144	71	77	100	120	188	43	79	Qx100	

Systems Thinking – Cross-Impact Analysis

Matrix of consensus

System model: Rhodes_Workshop

Influence by ↓ to →		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	AS	P
1	Social Impact of CTourism	X	1	2	1	3	0	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	14	476
2	Experience of CTourists	2	X	0	3	1	1	1	1	1	0	1	2	1	3	0	1	1	0	1	1	3	1	25	775
3	Local Policy Strength	3	1	X	2	1	0	2	0	0	0	0	0	2	3	2	0	3	3	1	3	0	3	29	377
4	Respect of CTourists	2	2	1	X	3	1	2	2	1	0	2	1	1	0	0	2	0	0	2	2	1	1	26	702
5	Friendliness towards CTourists	0	3	0	3	X	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	9	306
6	Consumer Culture on CShips	2	2	0	3	2	X	0	0	3	1	1	1	0	2	0	2	0	1	1	1	2	1	25	125
7	Authenticity of the place	2	2	0	1	1	0	X	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	9	207
8	Authenticity of CMedia	3	0	1	0	0	0	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	16
9	Leisure Design on CShips	0	3	0	2	0	2	0	0	X	0	0	0	2	2	0	0	0	1	0	1	2	0	15	135
10	Separation Crew-Passengers	0	1	0	1	0	0	0	0	2	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	5	5
11	Openness of CShips	1	1	0	1	3	1	0	0	1	0	X	0	1	0	1	0	0	0	0	0	2	0	12	108
12	Length of Stay of CShips	2	2	0	2	2	0	0	0	1	0	0	X	3	0	0	1	0	2	0	1	2	2	20	200
13	Temp. Distrib. of CTourists	3	3	0	1	3	0	3	0	0	0	0	0	X	0	3	0	0	0	0	0	1	1	18	270
14	Size and Number of CShips	2	2	0	1	2	0	2	0	0	0	1	2	3	X	2	3	0	2	1	1	2	1	27	567
15	Passenger pollution	2	2	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	X	2	0	1	1	0	0	1	13	117
16	Environmental Impact	2	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	X	1	0	0	0	0	2	10	140
17	Property Prices	3	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	2	2	1	0	0	10	130
18	Diversity Local Infrastructure	2	1	1	1	1	0	2	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	X	1	1	1	1	16	256
19	Diversity Local Economic Str.	2	1	2	1	1	0	2	0	0	0	1	1	0	1	0	0	2	0	X	2	1	1	18	270
20	Share of Local Economy	3	0	3	1	3	0	3	0	0	0	2	1	1	2	0	1	1	2	2	X	2	3	30	480
21	Profit of CIndustry	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	1	X	1	9	189
22	Profit from CTourism	1	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	1	2	1	1	X	15	285
Consensus		34	31	13	27	34	5	23	4	9	1	9	10	15	21	9	14	13	16	15	16	21	19	PS	
Compare with		41	81	223	96	26	500	39	100	167	500	133	200	120	129	144	71	77	100	120	188	43	79	Qx100	

Systems Thinking – Cross-Impact Analysis

Matrix of consensus

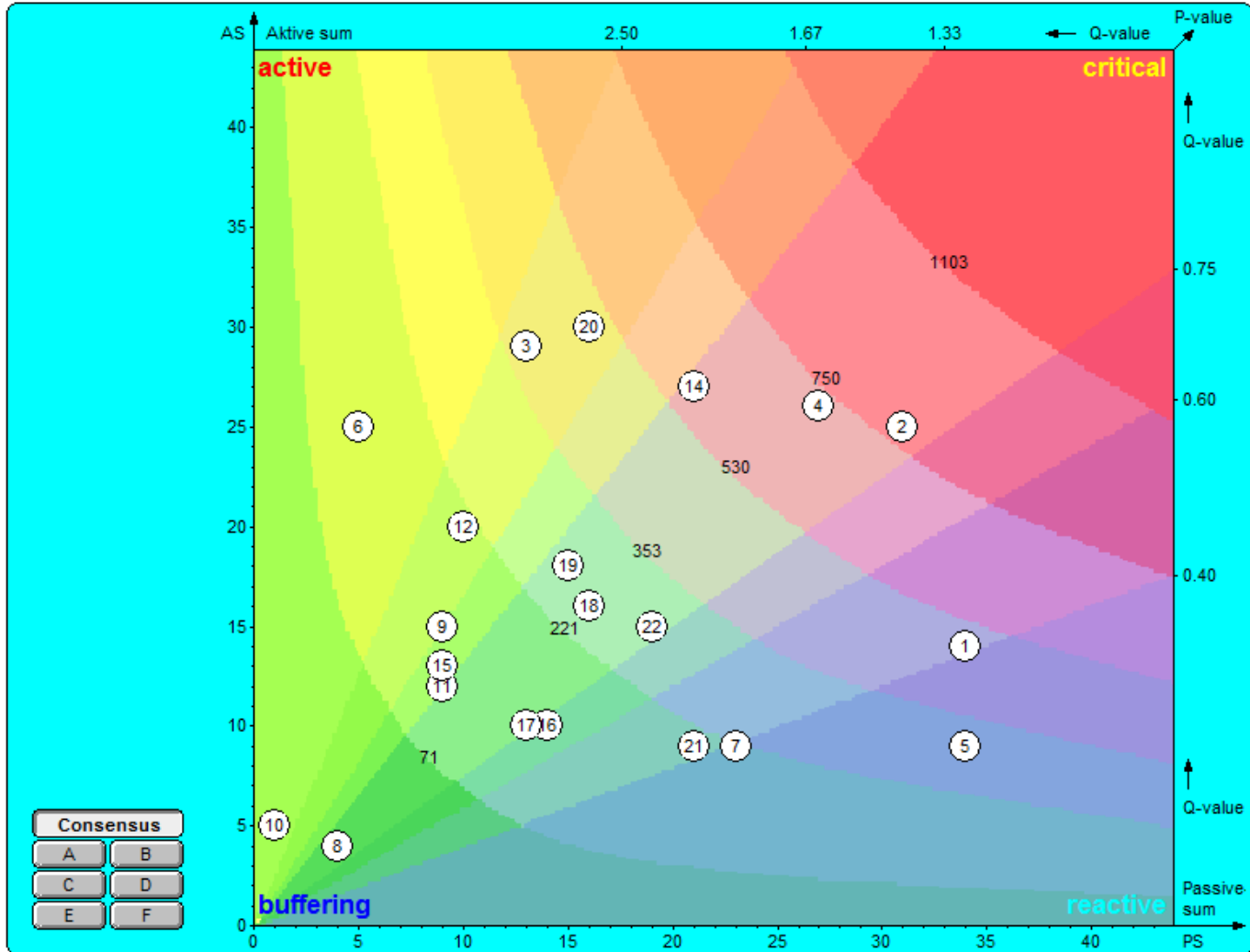
System model: Rhodes_Workshop

Influence by ↓ to →		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	AS	P
1	Social Impact of CTourism	X	1	2	1	3	0	2	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	14	476
2	Experience of CTourists	2	X	0	3	1	1	1	1	0	1	2	1	3	0	1	1	0	1	1	3	1	1	25	775
3	Local Policy Strength	3	1	X	2	1	0	2	0	0	0	0	0	2	3	2	0	3	3	1	3	0	3	29	377
4	Respect of CTourists	2	2	1	X	3	1	2	2	1	0	2	1	1	0	0	2	0	0	2	2	1	1	26	702
5	Friendliness towards CTourists	0	3	0	3	X	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	9	306
6	Consumer Culture on CShips	2	2	0	3	2	X	0	0	3	1	1	1	0	2	0	2	0	1	1	1	2	1	25	125
7	Authenticity of the place	2	2	0	1	1	0	X	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	9	207
8	Authenticity of CMedia	0	3	0	1	0	0	0	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	16
9	Leisure Design on CShips	0	3	0	2	0	2	0	0	X	0	0	0	2	2	0	0	0	1	0	1	2	0	15	135
10	Separation Crew-Passengers	0	1	0	1	0	0	0	0	2	X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	5	5
11	Openness of CShips	1	1	0	1	3	1	0	0	1	0	X	0	1	0	1	0	0	0	0	0	2	0	12	108
12	Length of Stay of CShips	2	2	0	2	2	0	0	0	1	0	0	X	3	0	0	1	0	2	0	1	2	2	20	200
13	Temp. Distrib. of CTourists	3	3	0	1	3	0	3	0	0	0	0	0	X	0	3	0	0	0	0	0	1	1	18	270
14	Size and Number of CShips	2	2	0	1	2	0	2	0	0	0	1	2	3	X	2	3	0	2	1	1	2	1	27	567
15	Passenger pollution	2	2	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	X	2	0	1	1	0	0	1	13	117
16	Environmental Impact	2	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	X	1	0	0	0	0	2	10	140
17	Property Prices	3	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	X	2	2	1	0	0	10	130
18	Diversity Local Infrastructure	2	1	1	1	1	0	2	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	X	1	1	1	1	16	256
19	Diversity Local Economic Str.	2	1	2	1	1	0	2	0	0	0	1	1	0	1	0	0	2	0	X	2	1	1	18	270
20	Share of Local Economy	3	0	3	1	3	0	3	0	0	0	2	1	1	2	0	1	1	2	2	X	2	3	30	480
21	Profit of CIndustry	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	1	X	1	9	189
22	Profit from CTourism	1	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	1	2	1	1	X	15	285
Consensus		34	31	13	27	34	5	23	4	9	1	9	10	15	21	9	14	13	16	15	16	21	19	PS	
Compare with		41	81	223	96	26	500	39	100	167	500	133	200	120	129	144	71	77	100	120	188	43	79	Qx100	

Systems Thinking – Systemic Roles

Matrix of consensus

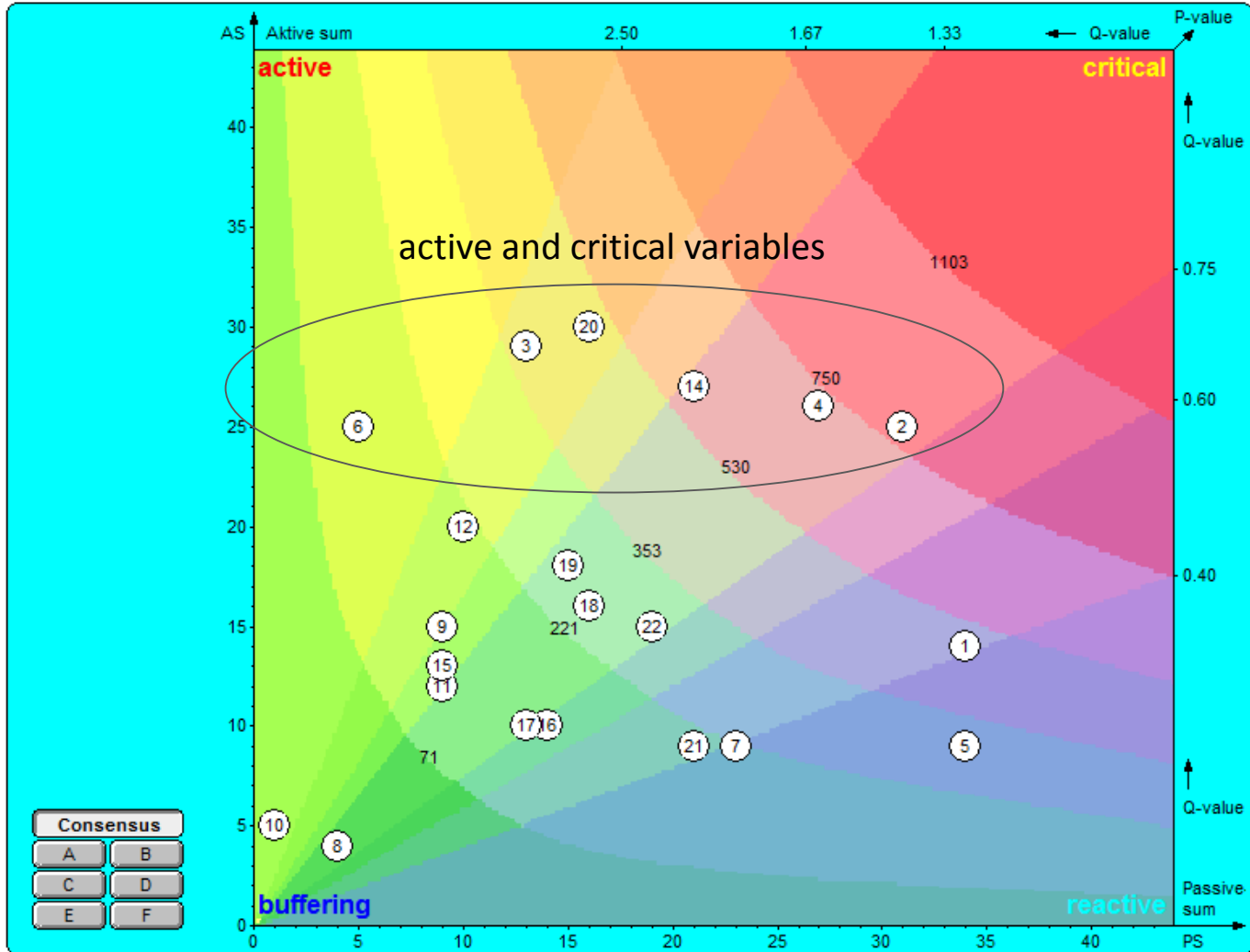
System model: Rhodes_Workshop



Systems Thinking – Systemic Roles

Matrix of consensus

System model: Rhodes_Workshop



Active/Critical Variables – Experience of Cruise Tourists

02 – Experience of Cruise Tourists

Experience quality of tourists. How do they feel at the location?



bad
they experience hostility and stress...

good
they feel as guests...

Active/Critical Variables – Respect of Cruise Tourists

04 – Respect of Cruise Tourists

Sensitivity and regard of cruise tourists for the cultural particularities of the location.



low
they consider the destination as a consumable
and commodity, they act as bargain hunters

high
they respect the local culture
and try to behave as guests

Active/Critical Variables – Size an Number of Cruise Ships

14 – Size and Number of Cruise Ships

Size and number of cruise ships entering the place.



Active/Critical Variables – Share of Local Economy

20 – Share of Local Economy

The share of the local economy compared to the total income from cruise tourism.



low

high

Active/Critical Variables – Local Policy Strength

03 – Local Policy Strength

The power and competence local politics to take decisions their people, independent from external pressure or individual interests.

low
politicians under strong influence
from diverse groups

high
strong will and legitimacy to decide
for the best of the entire community

Active/Critical Variables – Consumer Culture on Cruise Ships

06 – Consumer Culture on Cruise Ships

The consumption attitudes the consumer culture, which experienced on board the cruise ships.

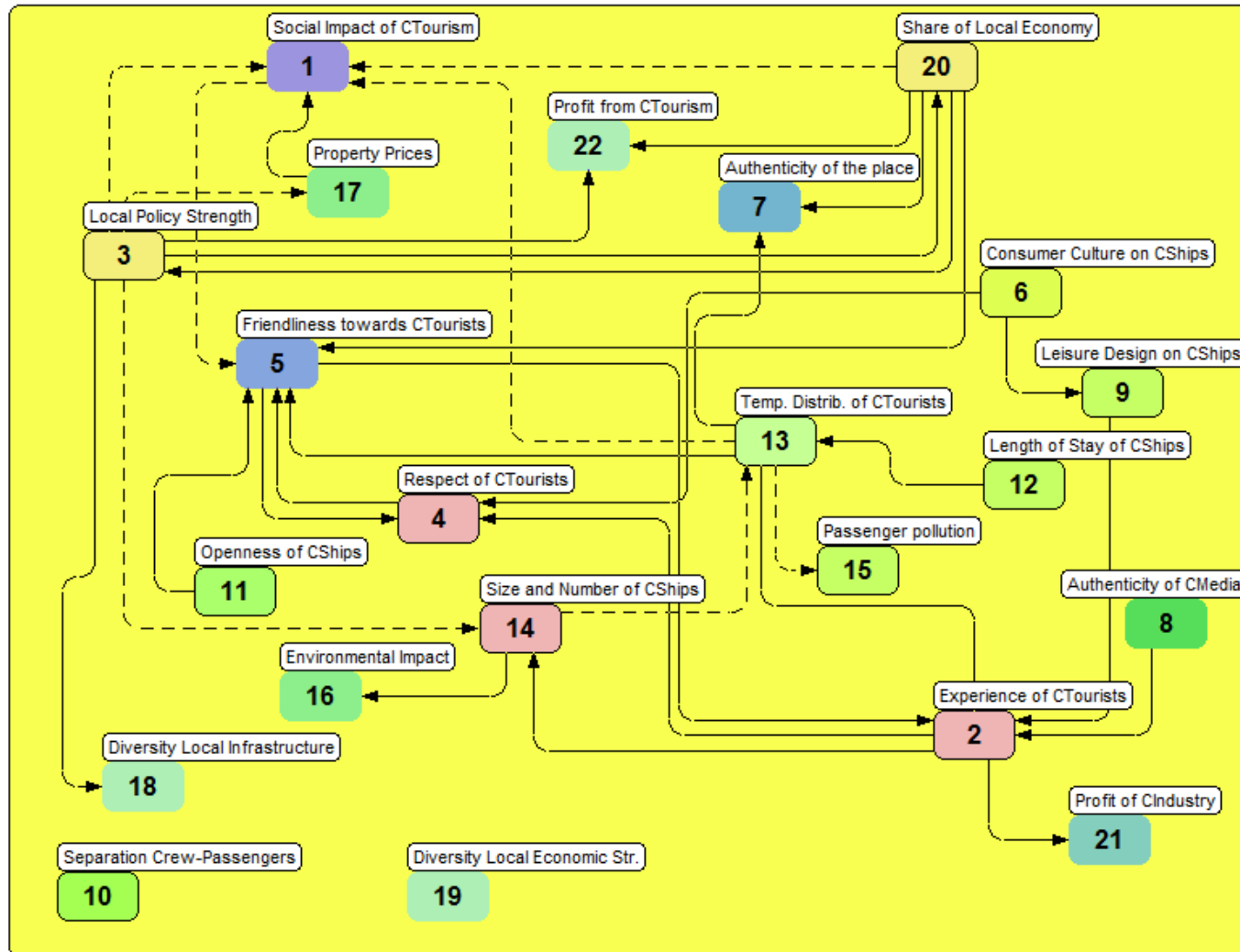


low standard
consumerism, "all you can eat",
quantitative notions of luxury, ...

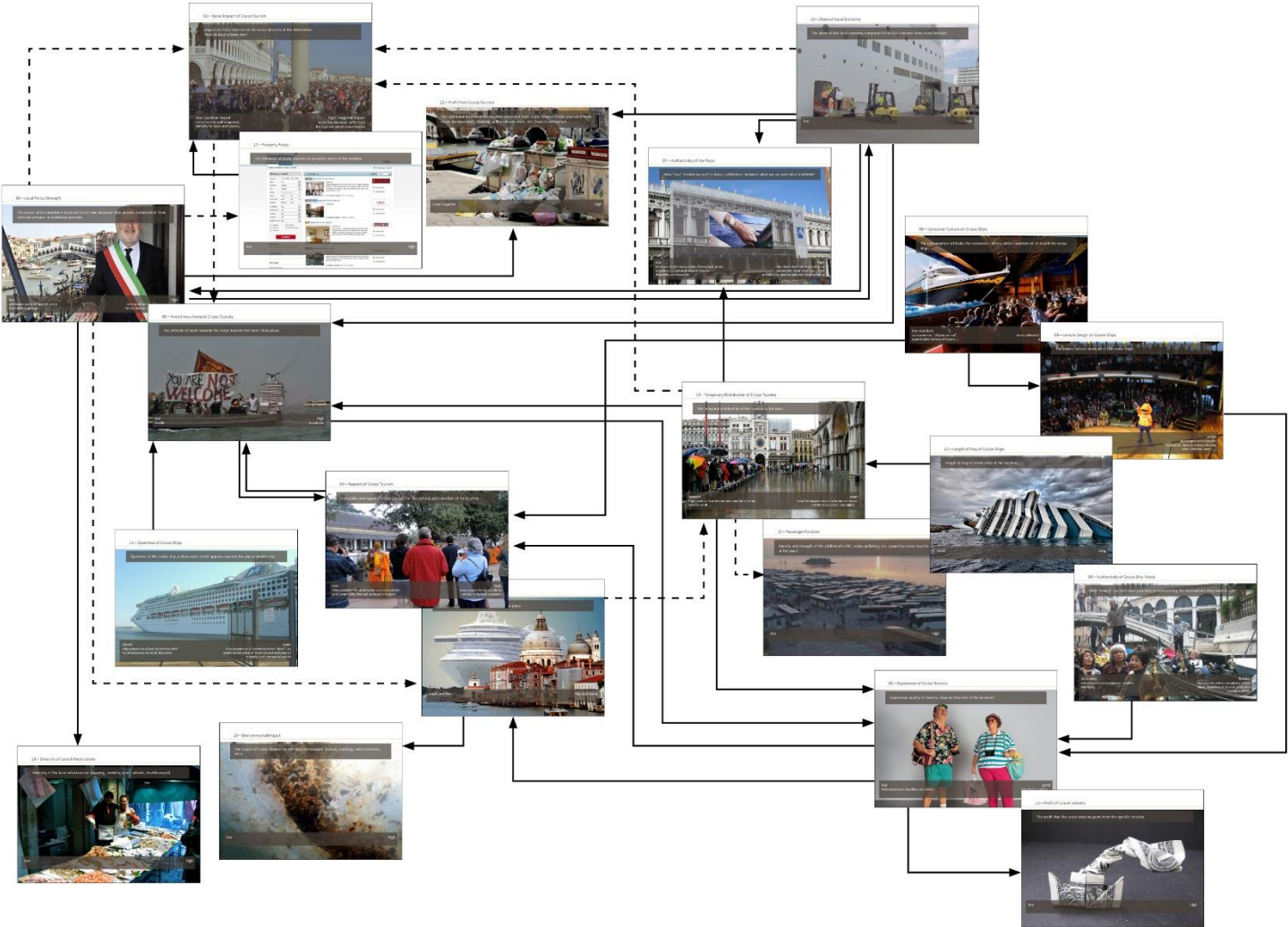
high standard
more cultivated and conscious consumption
patterns, notions of luxury, ...

Effect System

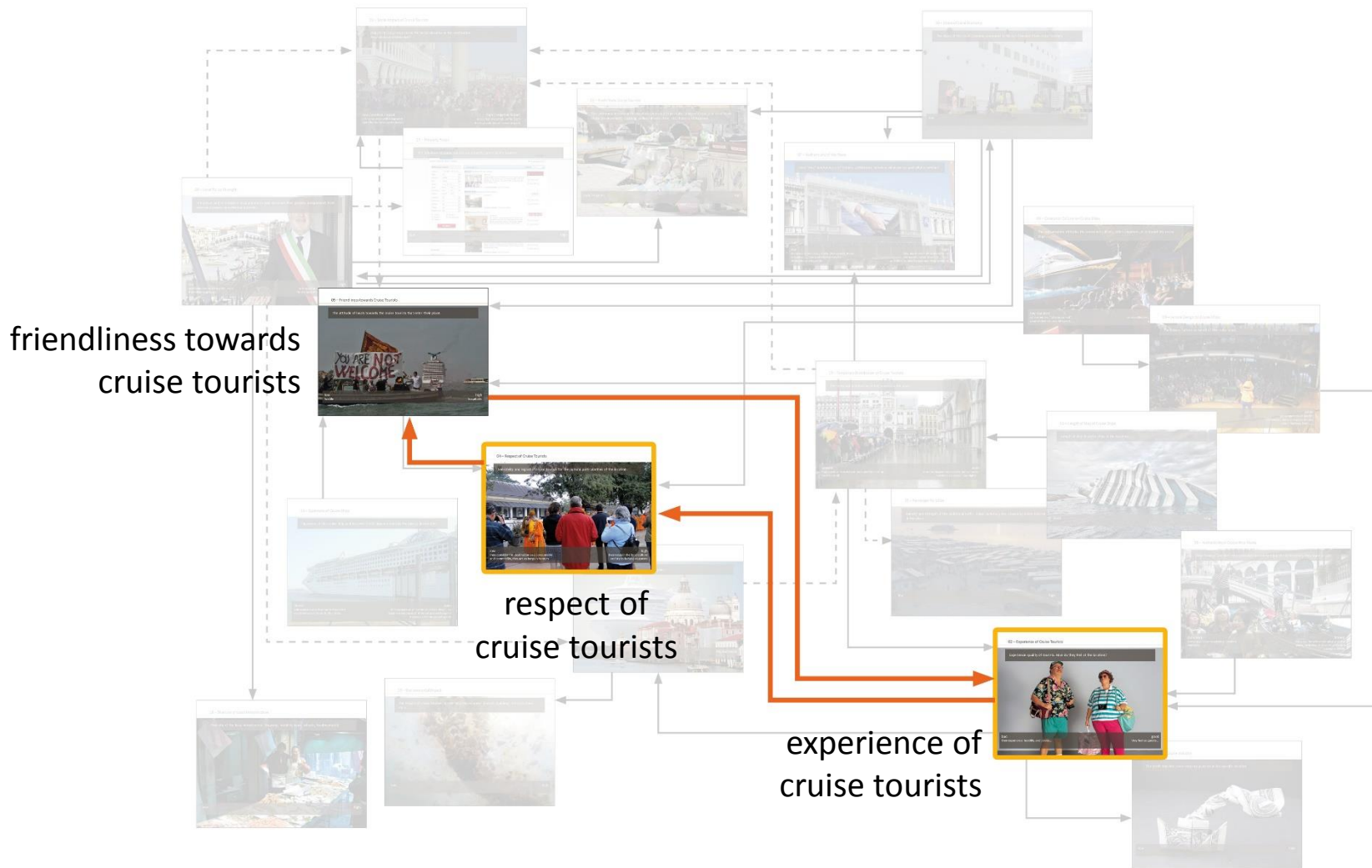
System model: Rhodes_Workshop



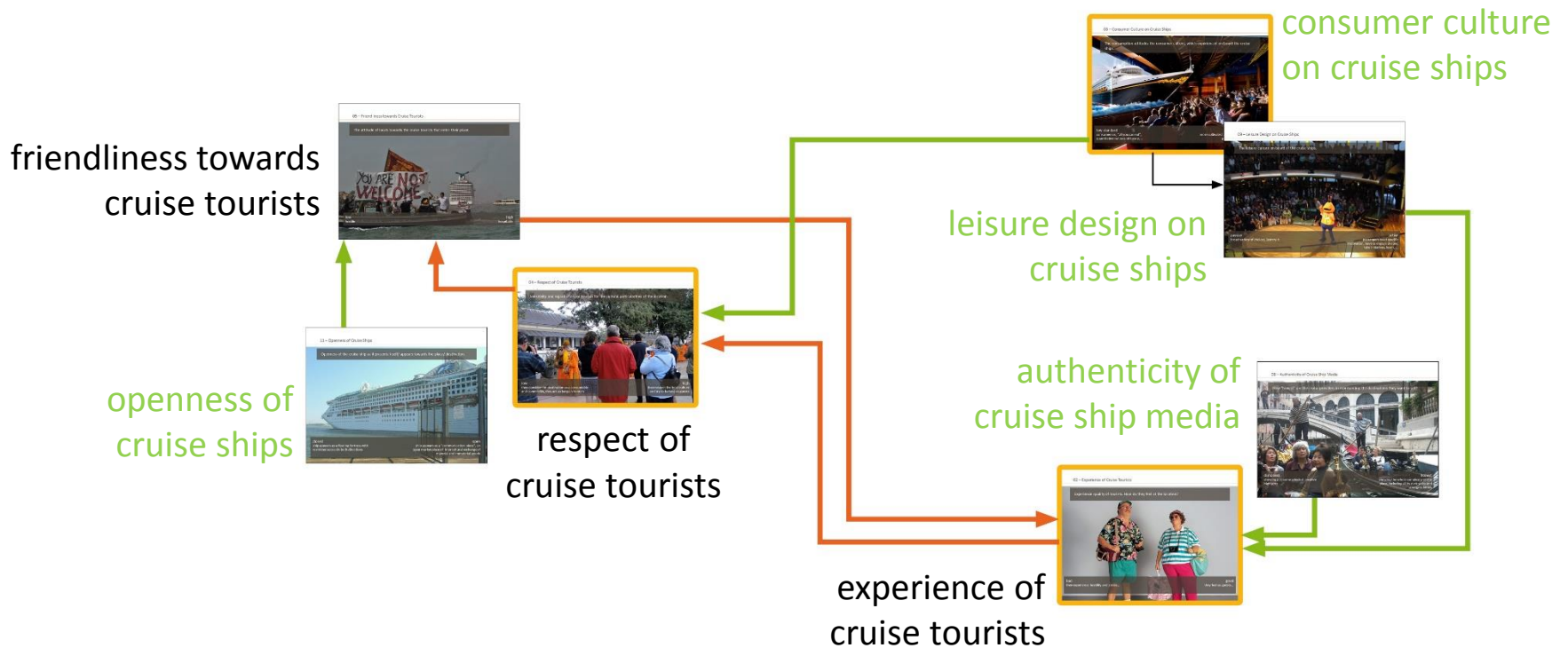
Effect System



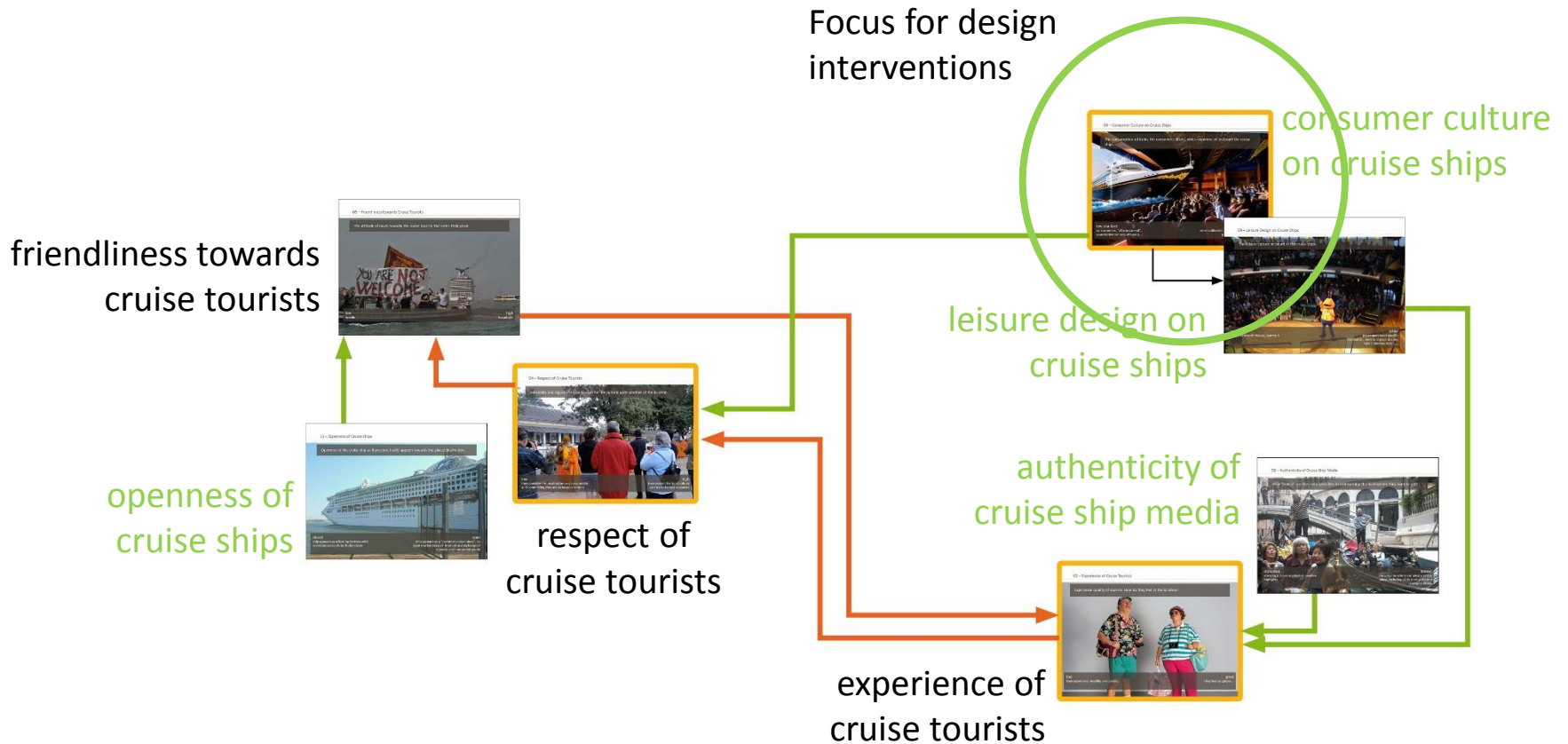
Effect System – feedback loop



Effect System – design interventions



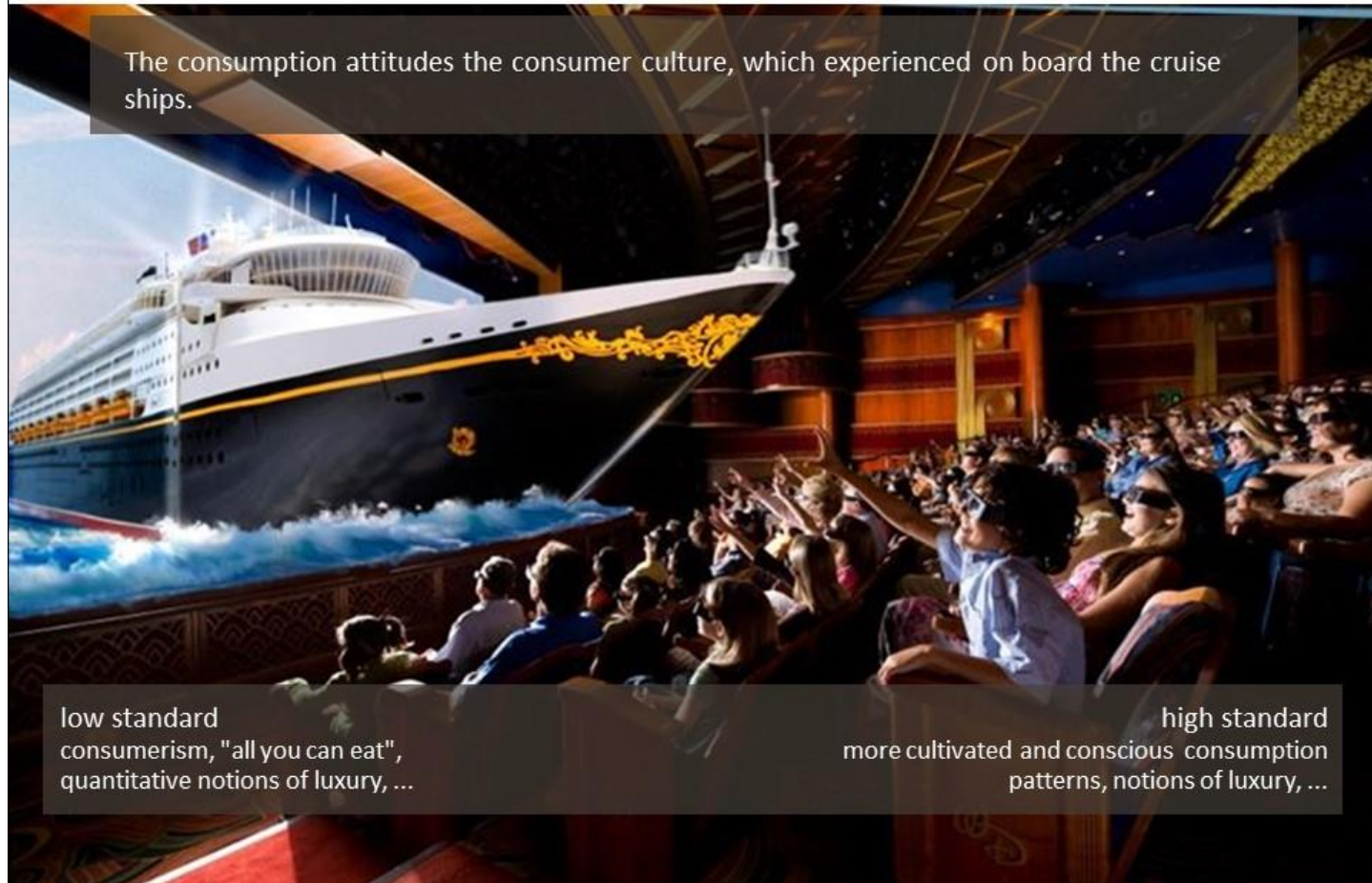
Effect System – design interventions



Design Options: Variable “Consumer Culture on Cruise Ships”

06 – Consumer Culture on Cruise Ships

The consumption attitudes the consumer culture, which experienced on board the cruise ships.



low standard
consumerism, "all you can eat",
quantitative notions of luxury, ...

high standard
more cultivated and conscious consumption
patterns, notions of luxury, ...

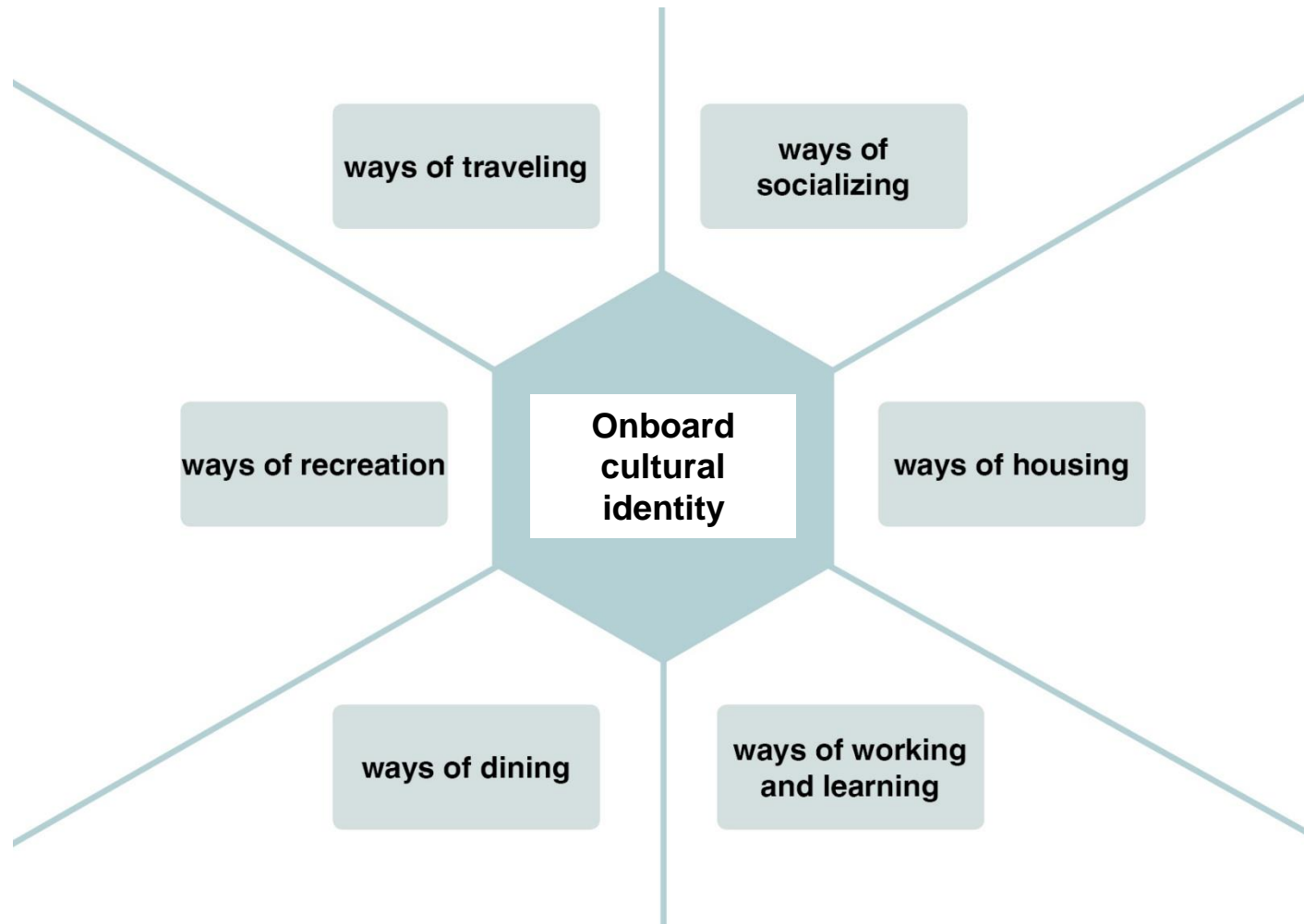
Microcosm Cruise Ship – designed holiday culture

luxury,
treats,
spoiling,
emotion of being special,
relaxing,
fun,
pleasure,
entertainment,
unconcern,
discovery,
adventure



In: Quartermaine, P; Peter, B. (2006) cruise – identity, design and culture, London



Analyzing the Cultural Identity of a Cruise




Method – Cultural Probes

Braunschweig, 22.04.13

Sehr geehrter Herr [Name],
ich schicke Ihnen heute das Heft mit den
Fragen und Aufgaben für meine Studie zu Wenn
Sie möchten, können Sie es schon ein
Außerdem finden Sie in diesem Pa
Diktiergerät. Ich habe bei bereits zu
Heften bemerkt, dass das Schreiben
offenbar sehr zeitintensiv ist und d
gemacht wird. Deshalb biete ich
Gedanken zu den Fragen per Dik
halten. Sie können aber natürlich
das Diktiergerätes
zur Seite befindet s
Anregler, und
"Hör" das Gerä
über die Einscha
wie man unte
redet, oben dem
"A" eine Aufnahme
können eine Aufnahme d
da stoppen. Ein
zu Beginn der Aufnahme d
Frage/Aufgabe, damit ich Ihre
ordnen kann.

 Institut für Transportation Design

Von
Carolin Altenkirch
HGK Braunschweig
Johannes-Selenka-Platz 1
38118 Braunschweig



An
Carolin Altenkirch
Hochschule für Bildende
Künste Braunschweig
Institut für Transportation Design
Johannes-Selenka-Platz 1
38118 Braunschweig



Method – Cultural Probes

Mit allen Sinnen spüren

Tag 5. Bitte lassen Sie die Atmosphäre in Ihrem liebsten Speisesaal auf sich wirken. Beziehen Sie alle Ihre Sinne mit ein:

- Was hören Sie?
- Was riechen Sie?
- Ist es hell/dunkel?
- Ist es warm oder kalt?
- Wie fühlt sich die Größe des Raumes an?
- Was spüren Sie? (Schwankt das Schiff?)
- Vibriert das Schiff?
- Wie ist die Luft?
- Was spüren Sie noch?
- Womit lässt sich die Atmosphäre vergleichen?

Alle Speisesäle sind voll u. laut.
Es riecht immer gut nach Essen.
Es ist hell und freundlich.

Meistens zu stark klimatisiert.
Das Schiff vibriert - kein Schwanken

Man hat bei der Größe d. Schiffes das Gefühl in einem tollen 5st. Hotel zu sein. Die gläsernen Fahrstühle in der Haupthalle wirken sehr eindrucksvoll.

Man spürt Luxus pur

Tag 6

Tag 7

Tag 8

Method – Cultural Probes

Tag 7. Bitte erstelle mithilfe der beigelegten Materialien ein Bild von einer oder mehreren Begegnungen mit einheimischen Bürgern.

Die Taxifahrer spielen ebenfalls die Rolle des phantasievollen Cicerone. Ihre in gesprochener Sprache vorgetragenen Erzählungen zielen vor allem darauf, ihre Kunden für ein kleines Trinkgeld zu verborgenen, in dem offiziellen Exkursionsplan nicht vorgesehenen Attraktionen zu verführen.

aus: René Goscinny, Eine Kreuzfahrt, die ist lustig, 2012

Die Situation

Helsinki

Sehr nette, hilfsbereite Leute. Sehr freundlich! Im Design-Geschäft auf englisch verständigt. Der Weg zur

Felsenkirche wurde uns in dem Stadtplan eingezeichnet.



Helsinki

Im Fundesign-Laden sah ich eine Valentinierin. Hat pinkle Design überproben (Kinder garden + deutsche Schule besucht). Fragte nach Universitätskarte. Ein Zettel wurde mir gezeigt von Stockholm (da wir nicht ihre Oma eine Zeit).



Sagte uns, das stühle Firmen nach Schweden (Stockholm) gebracht sind.

Stockholm

Kellner im Lokal in Stockholm. Hat sogar bei der Bestellung den Kaffee vergessen weil er in der Gegend rumstracate.



Frage Kellner: Brauchte das Essen. Die war sehr nett, Kaffee nachgeordert.

Material from Cultural Probes

P16_Cultural Probe

Interpretation

Die Probanden finden organisierte Ausflüge anstrengend u. überteuert.

Zeichen
Wir haben uns vorgenommen, mögl. wenige organisierte Ausflüge mitzumachen, da diese immer sehr anstrengend sind u. überteuert. Wir sind beide 62-63 Jahre alt.

Aber Jerusalem haben wir heute doch gebucht. War auch der Hauptgrund gerade diese Reiseroute zu nehmen.



P6_Cultural Probe

Interpretation

Der Speisesaal auf der AIDA Sol wirkt auf die Probandin hektisch wie ein Bahnhof.

Zeichen

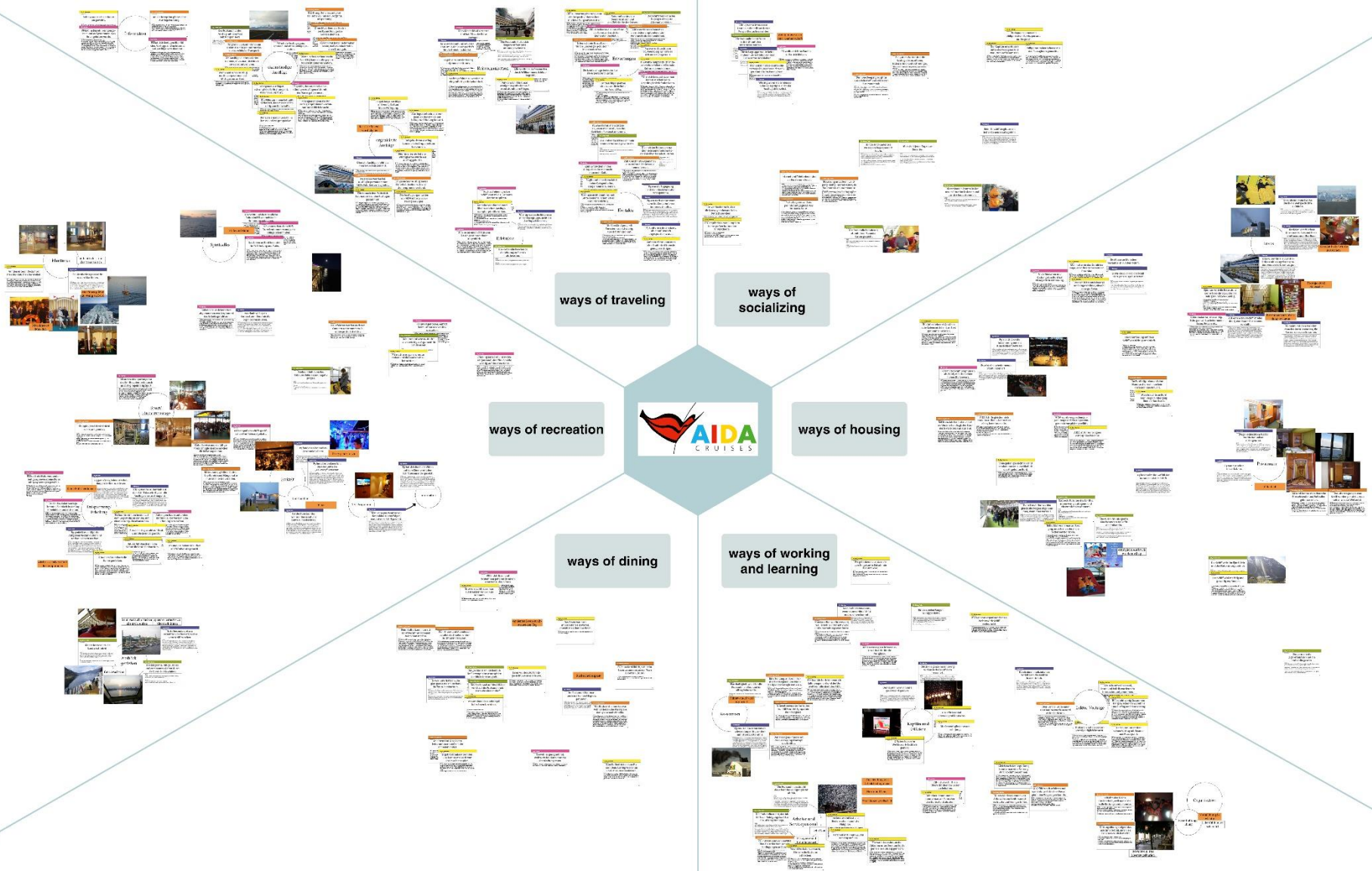
Frage:
Bitte lassen Sie die Atmosphäre in Ihrem liebsten Speisesaal auf sich wirken.
a) Wie lässt sich die Atmosphäre beschreiben?; b) Womit lässt sich die Atmosphäre vergleichen?; c) Welche Details (von Handlungen oder des Raumes) tragen maßgeblich zur Atmosphäre bei?

Antwort:

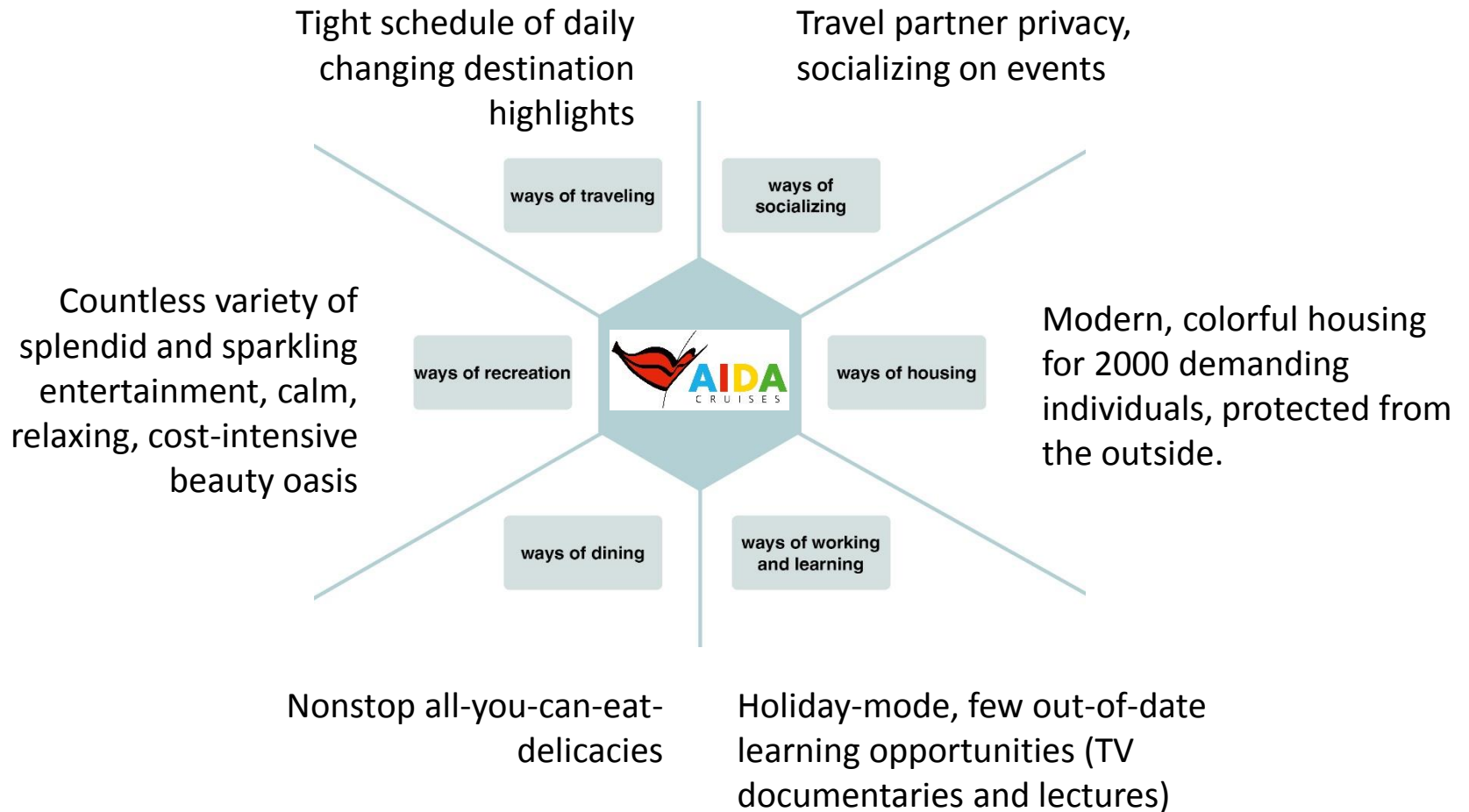
a) hektisch; b) Bhf; c) -Anzahl Menschen; -Aufbau Raum; -Personalgewusel

5

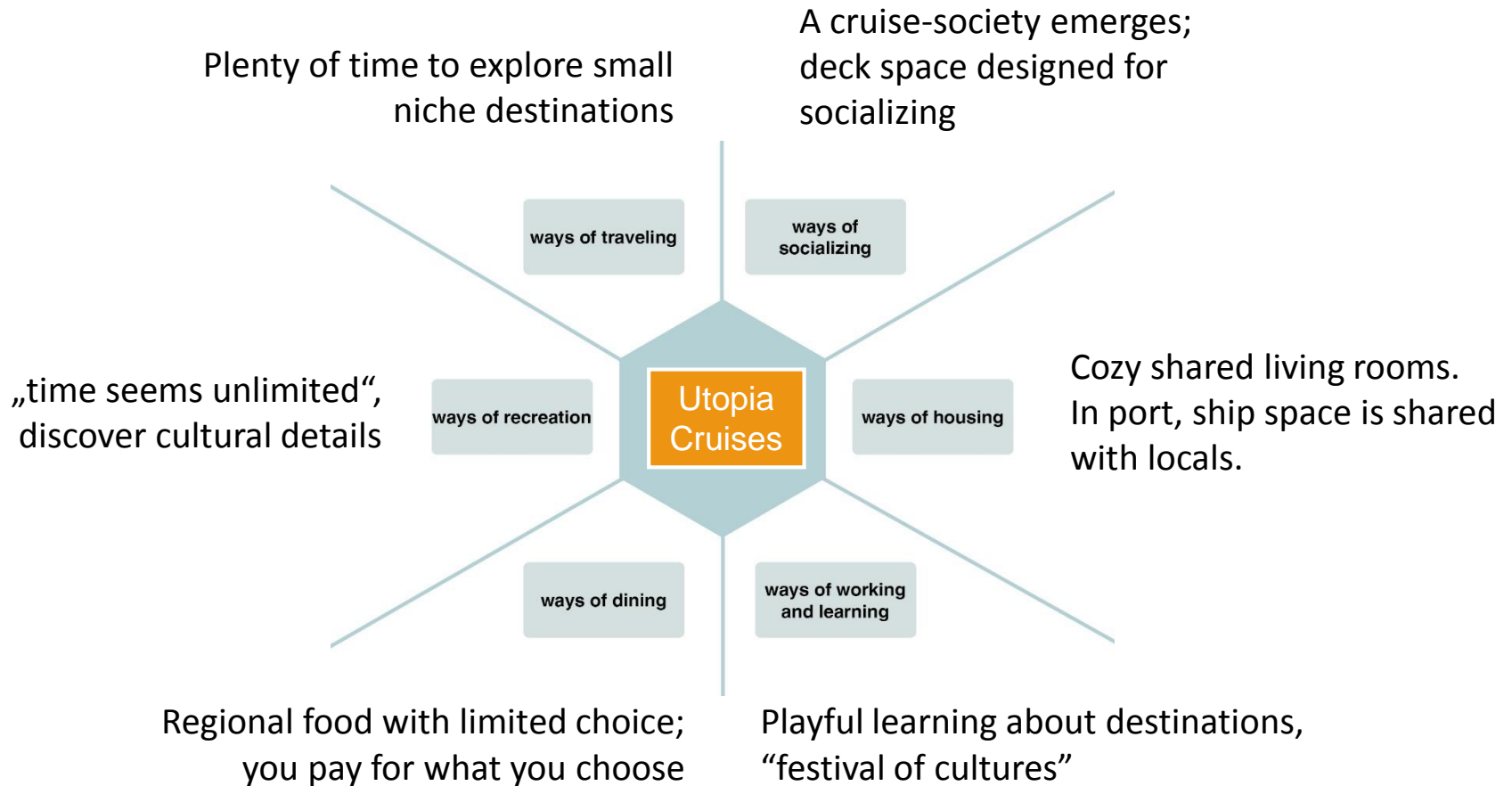
Map of Socio Cultural Relations



Analyzing the Cultural Identity of an AIDA Cruise

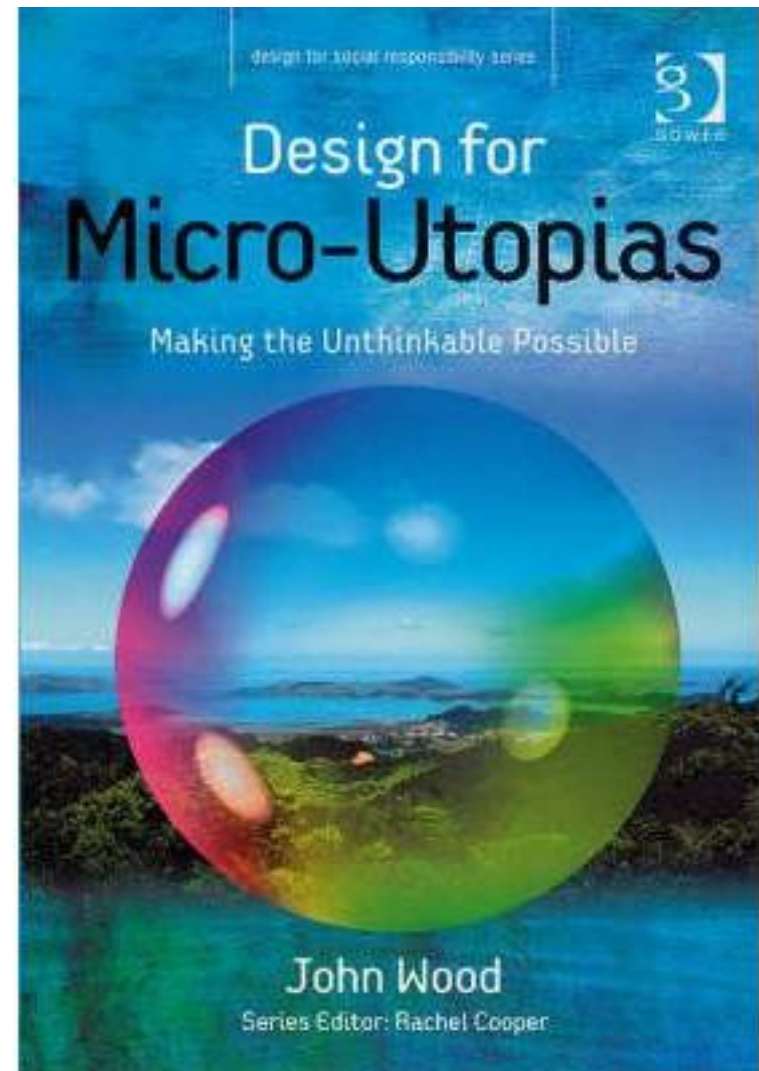


Design Scenario of a Cultural Identity



Further proceedings

Cruise ships as micro-utopias

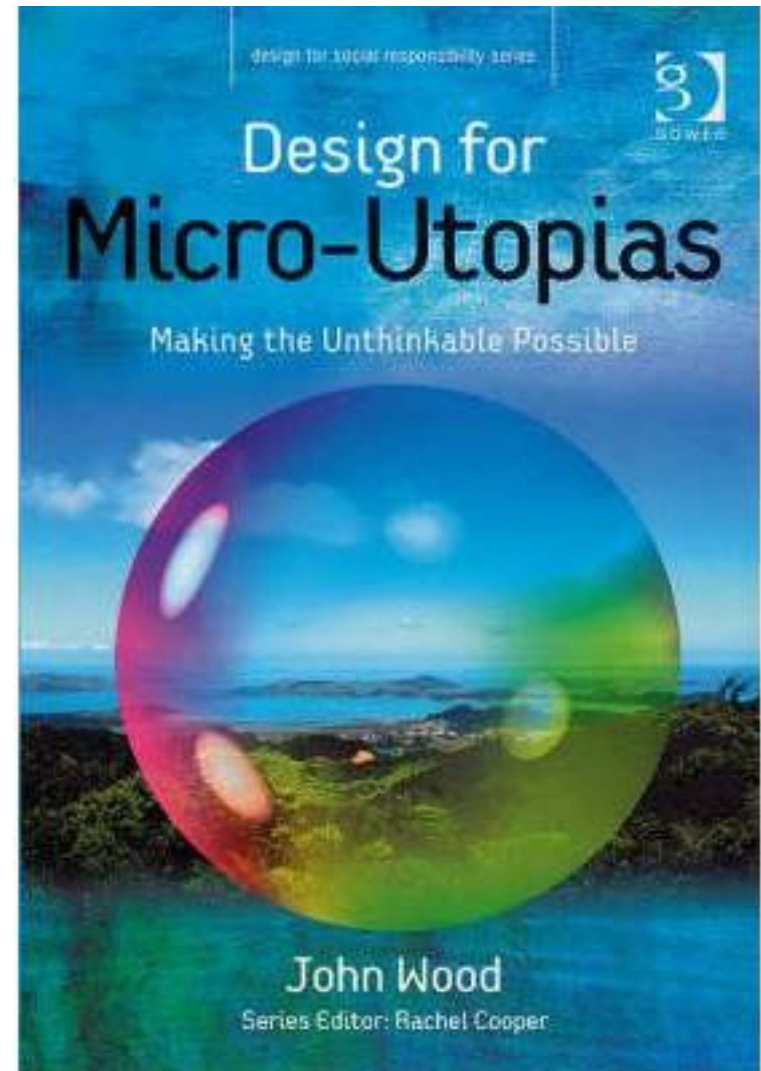


Further proceedings

Cruise ships as micro-utopias

Testing space for future living:

- radical reduction of plastic, rubbish and energy consumption
- exchange of products and time instead of money



Thank you for your attention.



Institut für Transportation Design

Braunschweig University of Art

Hochschule für Bildende Künste Braunschweig

