



Costa Kreuzfahrten: Neustart für Kundenclub C|Club

Costa Kundenclub C|Club stärkt Bewährtes und setzt auf Neues

5-stufige Clubstruktur von „Blue“ bis „Platin“ für Erstkreuzfahrer und Stammkunden

Hamburg, 16. Mai 2022 – Costa, eines der größten Kreuzfahrtunternehmen der Welt, setzt mit dem Neustart des Kunden-Clubs auf weiteres Wachstum. So bleiben bewährte Vorteile erhalten, Neuerungen sollen den Kundenclub auch für Erstkreuzfahrer attraktiver machen. Das Sammeln der Punkte ist ab sofort einfacher.

Die neue Struktur des Clubs basiert auf 5 verschiedenen Stufen: Blue (der Club für diejenigen, die noch nie eine Kreuzfahrt gemacht haben); Bronze (von 1 bis 5.000 Punkten); Silver (von 5.001 bis 30.000 Punkten); Gold (von 30.001 bis 140.000 Punkten); und die neue Stufe Platin (ab 140.001 Punkten), bei der nur wenige Mitglieder weltweit das Privileg haben, dieser anzugehören.

Vereinfachter Mechanismus erleichtert schnelles Sammeln von Punkten: Gäste sammeln Punkte für jede Nacht auf einer Costa Kreuzfahrt, Grundlage ist die gewählte Kabinenkategorie. Zusätzliche Punkte gewährt Costa auf der Grundlage des gekauften Tarifs ("All Inclusive"), auf bei Costa gebuchte Flüge und auch bei Ausgaben an Bord der Schiffe. Zugerechnet werden auch Leistungen, die im Vorfeld der Kreuzfahrt auf My Costa individuell gebucht wurden.

Die Vorteile des neuen Costa Kundenclubs spiegeln sich in allen Bereichen der Kreuzfahrt wider: So gibt es zum Beispiel bei der Reservierung Rabatte von bis zu 20 Prozent auf viele Kreuzfahrten; vor der Abfahrt ist es möglich, das Ausflugspaket My Explorations zu erwerben und einen zusätzlichen Rabatt von bis zu 25 Prozent auf den Kauf zusätzlicher Ausflüge zu erhalten. An Bord selbst erhalten Mitglieder einen Rabatt von bis zu 50 Prozent auf verschiedene Produkte und Dienstleistungen. Für Neubuchungen einer weiteren Kreuzfahrt gilt ein Preisvorteil von 10 Prozent.

Die meist geschätzten Leistungen des Clubs behält Costa auch weiterhin bei: So die Möglichkeit, im Voraus ein Restaurant für das Abendessen zu reservieren, neue Geschenke zum Ende der Kreuzfahrt und personalisierte Kabinenkarten. Andere Vorteile wurden verstärkt, wie z. B. der Sonderrabatt von 25 Prozent auf Weinverkostungen in Kombination mit Gerichten aus dem Archipelago-Restaurant, eine erneuerte C|Club-Show mit immer anderen Künstlern und eine Flasche Sekt zur Begrüßung in der Kabine.



Das C Magazine, das Magazin des Clubs, das sowohl in gedruckter als auch in digitaler Form erhältlich ist, wurde ebenfalls komplett überarbeitet und mit noch innovativeren Grafiken und Inhalten versehen, während auf der Website von Costa Kreuzfahrten ein spezieller Bereich eingerichtet wurde, in dem man sich über Angebote, verfügbare Promotionen und den eigenen Punktestand auf dem Laufenden halten kann.

Weitere Informationen und Buchungen unter www.costakreuzfahrten.de .

Über Costa Kreuzfahrten

Costa Kreuzfahrten mit Sitz in Hamburg zählt als deutsche Tochter von Costa Crociere zur Carnival Corporation & plc, dem größten Kreuzfahrtunternehmen der Welt. Die moderne Flotte von Costa Crociere umfasst aktuell 12 Schiffe, darunter die ersten Neubauten mit innovativem und emissionsarmem LNG-Antrieb (Flüssiggas). Wie keine andere Kreuzfahrtgesellschaft bietet die Traditionsreederei Costa ihren Gästen seit mehr als 70 Jahren eine Mischung aus italienischem Lebensstil, italienischer Gastfreundschaft und guter Küche. Während die erste Costa Kreuzfahrt im März 1948 von Genua nach Rio de Janeiro führte, umspannen heute die Routen mit 250 Reisezielen die ganze Welt, darunter eine jährliche Weltreise. Zur Costa Gruppe gehören neben Costa Kreuzfahrten und Costa Crociere auch Costa Asia und AIDA Cruises.

Pressekontakt: John Will Kommunikation für Costa Kreuzfahrten | info@will-kommunkation.de |