



Metacard | Deine Karte. Deine Community.

METACARD



EINFÜHRUNG

Die in dieser Präsentation enthaltenen Informationen der MGD Mediengruppe Deutschland sind allgemeiner Natur und nicht auf individuelle Situationen zugeschnitten. Trotz sorgfältiger Recherche übernehmen wir keine Gewähr für Vollständigkeit, Aktualität oder Richtigkeit. Alle bereitgestellten Inhalte sind vertraulich, dürfen nicht an Dritte weitergegeben oder ohne Zustimmung gewerblich genutzt werden. Zuwiderhandlungen werden rechtlich verfolgt. Diese Präsentation ist nur im Zusammenhang mit den ergänzenden mündlichen Erläuterungen der MGD gültig. Preisangaben sind unverbindlich, verstehen sich als Bruttowerte und können jederzeit angepasst werden. Zusatzleistungen (z. B. Koordination, Beratung, Produktion, Reisen, externe Services) werden separat berechnet.



Digitale Kommunikation auf höchstem Niveau

DAS MEHR IM WIR

Die Mediengruppe Deutschland ist eine spezialisierte Kommunikationsagentur mit Fokus auf Digital Touchpoint Management. Wir gestalten, steuern und optimieren sämtliche digitalen Berührungspunkte zwischen Unternehmen und ihren Zielgruppen – von der Web- und App-Entwicklung über digitale Plattformen und 3D-Webseiten (Meta-Webs) bis hin zu KI-gestützten Kommunikationslösungen. Unser Leistungsspektrum umfasst Inside-Out Communication, Publishing & Framing, Schnittstellenprogrammierung, CRM- und DMS-Systeme, Microsoft-Integrationen sowie strategische Public-Affairs-Arbeit in Europa, Asien und den USA.

Kurz gesagt: Wir verbinden Technologie, Kommunikation und Strategie zu einem ganzheitlichen digitalen Ökosystem – für Marken, die in der digitalen Welt sichtbar, relevant und erfolgreich sein wollen.

[®]
MCD | MEDIENGRUPPE
DEUTSCHLAND





META CARD

RS2

Die MetaCard ist eine digitale Premium-Mitglieds- und Fan-Karte, die Zahlungs-, Bonus-, Loyalty- und Community-Funktionen in einem System vereint.

Sie besteht aus einer physischen Karte im individuellen Design (CI) der jeweiligen Organisation und einer digitalen Mitgliedschaft, die vollständig in einer App abgebildet wird. Diese App ist das zentrale Steuerungsinstrument: Hier werden alle Vorteile, Bonusprogramme, Transaktionen verwaltet, dargestellt und vernetzt.

Die Karte selbst ist technisch mit der App verbunden und dient sowohl als Zahlungsmittel als auch als Mitgliedsausweis – ggf. im Wunschdesign der Community.

Über das integrierte #Points-Bonusprogramm sammeln Mitglieder bei jedem Einkauf oder jeder Interaktion Punkte, die sie gegen exklusive Vorteile, Rabatte oder besondere Erlebnisse einlösen können. So entsteht ein intelligentes Loyalty- und Membership-Ökosystem, das Marken, Organisationen mit ihren Fans, Mitgliedern und Kunden digital verbindet – und dabei emotionale Bindung, finanzielle Vorteile und automatisierte Wertschöpfung vereint.

Für die Organisation schafft die MetaCard einen nachhaltigen, automatisierten Cashflow, der auf Loyalität, Zugehörigkeit und Exklusivität basiert.

MetaCard ist damit eine modulare Plattform zur digitalen Monetarisierung von Communities. Sie ermöglicht es, Fan- und Mitgliederstrukturen wirtschaftlich zu aktivieren – ohne eigenes Risiko oder Investitionen.

@ contact@us-meta.com

mediagroup-germany.com

2026



Das Prinzip

Ebene	Funktion	Ziel
Infrastruktur	Physische & digitale Karte mit Visa-Integration	Einheitlicher Zugangspunkt für Mitglieder
Plattform	App mit Social-, Loyalty- & Commerce-Funktionen	Steuerung von Kommunikation, Engagement & Erlösen
Monetarisierung	Automatisierte Ertragsströme über Payment, Sponsoring & Datenanalyse	Wiederkehrende Einnahmen ohne Zusatzaufwand



Struktur und Zuständigkeiten

Struktur Overview

Die MGD betreibt die digitale Plattform und App der MetaCard im Produktivbetrieb und übernimmt auf Wunsch Marketing und Kommunikation.

Die physische Karte wird von RS2 & VISA oder einem anderen Finanzdienstleister ausgegeben.

RS2 ist Hauptansprechpartner für alle Technischen Schnittstellen, regulatorischen Prozesse und finanzrechtlichen Themen (inkl. EZB-, BaFin- und Haftungsregelungen).

Die Endkunden | Mitglied finanzieren das System über eine Nutzungsgebühr, während Vereine und Organisationen an Transaktions- und Sponsoring & Kartenerlösen beteiligt werden.

- MGD stellt APP Plattform & Betrieb bereit
- Endkunden finanzieren System über Nutzungsgebühr
- Organisation erhält Beteiligung an Erlösen



Erlösmechanismen:

- Karten Preis & ggf. Revenue Share
- Sponsoring Layer (Plattform-Branding & App-Werbung)
- Engagement Value (Mehrumsatz durch Loyalty & Merch)

Das Erlösmodell der MetaCard basiert auf drei Säulen: Erstens profitieren Organisationen direkt vom Kartenpreis, der bei der Ausgabe der MetaCard erzielt wird. Zweitens ermöglicht der Sponsoring Layer zusätzliche Einnahmen durch Plattform-Branding, In-App-Werbung und Partner-Sponsoring. Drittens entsteht durch den Engagement Value ein Mehrumsatz aus Loyalty-Programmen, Merchandising und aktiver Community-Interaktion über das integrierte #Points-System.



Die zentrale Kernbotschaft:

**Für den Verein oder die Organisation entsteht kein CAPEX,
aber ein laufender OPEX-Rückfluss aus der digitalen Aktivierung der Mitglieder und Fans.**

Die Vertragspartner übernehmen die Vorfinanzierung, das Rollout sowie die Programmierung der App Applikation
– as a Service - vollständig und schlüsselfertig aus einer Hand.* FAQ8

Value proposition for clubs & brands

WERTE VERSPRECHEN

Merkmal	Vorteile	Business Impact
Zero-Invest-Modell	Keine finanziellen Vorleistungen	Sofortige Teilnahme möglich
Plattform-Integration	Alles in einer App	Geringere Komplexität & Verwaltung
Community Ownership	Direkte Daten- und Kommunikationshoheit	Unabhängigkeit von Drittplattformen
Loyalty & Gamification	Steigerung von Engagement & Retention	Mehr Lifetime Value pro Mitglied
Visa-Integration	Realwirtschaftliche Nutzung	Verankerung im Alltag, höhere Nutzungshäufigkeit
Sponsoring-Integration	Neue Vermarktungsebene	Erschließung neuer Erlösquellen





Strategischer Mehrwert | “Cashcow”

Added value

- Aufbau einer eigenen digitalen Ökosphäre rund um die Organisation
- Direkter Zugang zu Mitglieder- und Fan-Daten
- “Cashcow” Wirtschaftliche Unabhängigkeit durch wiederkehrende Erträge
- Messbare KPI-Steigerungen bei Engagement, Umsatz und Reichweite
- Langfristige Plattformstrategie: erweiterbar um E-Commerce, Streaming etc.



Next Steps

First Project

- Strategisches Onboarding-Gespräch
- Wirtschaftlichkeitsmodell & ROI-Kalkulation
- Vertrags- & Governance-Setup
- Technischer Launch innerhalb von ca. 16 Wochen* FAQ11



 **META
CARD**
DIGITAL FINANCIAL SERVICES



Member of the Year

Benefits for Members

Die MetaCard ist kein Gimmick, sondern eine neue Form der digitalen Wertschöpfung im Mitglieder- und Fanmanagement. Sie verbindet emotionale Bindung mit planbarem wirtschaftlichem Nutzen. Für Vereine bedeutet das: Community Ownership, wiederkehrende Einnahmen, digitale Souveränität. Sie interagiert permanent mit Ihren Zielgruppen – informiert, aktiviert, belohnt und bindet sie emotional an Ihr Unternehmen.

- Exklusivität: "Nur wer die Karte hat, lebt die Organisation"
- Push up Nachrichten by News
- Status: Levelsystem & sichtbarer Fortschritt (Menschen lieben Gamification)
- Emotion: Nähe zu Idolen, Feedbackschleifen
- Community: Interaktion mit Gleichgesinnten → Zugehörigkeit
- Belohnung: Sofort-Feedback durch Punkte, Badges und VIP-Erlebnisse
- B2B-Zone: Für Firmenmitglieder – Networking, Events, Partnerangebote
- VIP Access: Priority Check-ins, Fast Lane, Parking & Hospitality
- Fan-Only Events: exklusive Pre-Events, Backstage-Touren, Trainingsbesuche
- Meet & Greet Slots: Buchbar über Punkte-System
- 24 Stunden früherer Zugang zu Karten | Events & Infos
- **"Fan of the Year" – Award - kuratiert aus Aktivität, Emotion & Engagement & Umsatz**

Häufig gestellte Fragen | 2026



FAQ Liste

1. Für wen ist die MetaCard gedacht?

Die MetaCard richtet sich an Vereine, Marken, Organisationen und Communities, die ihre Mitglieder, Fans oder Kunden digital aktivieren und langfristig binden möchten.

2. Was genau ist ein dynamisches Nutzerranking?

Ein dynamisches Nutzerranking bewertet die Aktivität und Treue aller MetaCard-Mitglieder. Die Top 25 % der aktivsten Nutzer können bei Community- oder Unternehmensentscheidungen mitwirken und werden so stärker in die Organisation eingebunden und erhalten so Einblicke und Einfluss, die sonst nur dem Inner Circle vorbehalten sind.

3. Gibt es eine Mindestabnahme von Karten?

Nein. Die Mindestabnahme wird individuell je nach Projektgröße und Zielgruppe festgelegt. In der Regel beginnt der Roll-out ab ca 7500 Karten, kleinere Pilotprojekte sind jedoch ebenfalls möglich.

4. Wir haben bereits eine Bank als Sponsor – ist das ein Problem?

Nein. Die MetaCard kann problemlos parallel zu bestehenden Bankpartnern eingesetzt werden, da regionale Banken meist auf Girokonten und Bausparprodukte fokussiert sind. Mitglieds- und Loyalty-Karten wie die MetaCard liegen außerhalb dieses Geschäftsbereichs und sind für Regionalbanken in der Regel nicht relevant oder integrierbar.

5. Ab welchem Alter ist die MetaCard erhältlich?

Die MetaCard ist grundsätzlich ab 18 Jahren erhältlich. Für Jugendliche ab 16 gibt es eine digitale Community-Version ohne Zahlungsfunktion und physische Karte, bei der alle Infos und Aktionen sichtbar sind, gemäß den gesetzlichen Vorgaben.– die volle Nutzung ist dann ab dem 18. Geburtstag möglich.

6. Kann die MetaCard in eine bestehende App integriert werden?

Ja. Die MetaCard kann nahtlos in bestehende Vereins- oder Organisations-Apps integriert werden und wird dort über einen eigenen Bereich oder Button – etwa „Mitgliedschaft“ oder „Mitgliedskarte“ – eingebunden und gesteuert. Sollte eine Organisation keine eigene App besitzen, erstellt die MGD diese schlüsselfertig im Design und Namen des Vereins und veröffentlicht sie in allen relevanten App-Stores.

7. Können bestehende Partner, Restaurants oder Sponsoren in die App eingebunden werden?

Ja. Bestehende Partner, Restaurants und Sponsoren können direkt in die App eingebunden werden, wodurch ein eigenes digitales Partner- und Sponsoring-Netzwerk entsteht. Kunden sammeln bei teilnehmenden Partnern zusätzliche Punkte beim Einkauf, was sowohl für bestehende Partner als auch für neue Online-Shops einen attraktiven Mehrwert bietet.

8. Entstehen Investitionskosten für den Verein?

Der Verein trägt keine CAPEX-Kosten. Das System finanziert sich über Nutzungsgebühren der Endkunden, während der Verein laufende Rückflüsse aus Kartenpreisen, Sponsoring und digitalem Engagement erhält. Die Entwicklungskosten der App werden zunächst von der MGD Mediengruppe Deutschland vorfinanziert und sind erst im Nachgang auszugleichen – etwa durch Kartenverkäufe, Sponsoringerlöse oder andere Einnahmen aus dem Programm. Auf diese Weise refinanziert sich die Entwicklung vollständig aus dem laufenden Betrieb.

9. Kann auch eine andere Kreditkarte verwendet werden?

Ja, grundsätzlich kann das System auch mit anderen Kreditkartenherstellern umgesetzt werden., beispielsweise Master-Card. Allerdings sind innerhalb des bestehenden Systems die MGD Mediengruppe Deutschland und RS2 als Hauptvertragspartner fest verankert.

10. Wie hoch ist der Aufwand für den Verein oder die Organisation, um die MetaCard einzuführen?

Der Aufwand für den Verein ist sehr gering – in der Regel sind etwa 3 bis 4 aktive Werktage für Abstimmung, Freigabe und den Kick-off-Termin erforderlich. Danach erfolgen, wenn gewünscht, monatliche Jour-fixe-Meetings zur Optimierung und Abstimmung der laufenden Aktivitäten.

11. Wie lange dauert die Einführung der MetaCard?

Nach Freigabe des Karten & App Designs dauert die technische Einrichtung und Aktivierung in der Regel 8 bis ca.12 Wochen. Bei Bedarf begleitet die Mediengruppe Deutschland den gesamten Launch-Prozess mit Marketing- und Kommunikationsunterstützung.

12. Wie sicher ist das System?

Die MetaCard erfüllt höchste Sicherheits- und Datenschutzstandards. Sämtliche Finanzprozesse unterliegen der BaFin- und EZB-Regulierung und werden über RS2FS abgewickelt. Das System ist DSGVO-konform, läuft in deutschen Rechenzentren und erfüllt sämtliche aktuellen Sicherheits- und Datenschutzstandards.

13. Geht das auch in allen EU-Ländern oder in den USA?

Ja. Die MetaCard ist in der gesamten EU einsetzbar und kann bei Bedarf auch in den USA ausgerollt werden, da die Finanzprozesse den europäischen und internationalen VISA-Standards entsprechen. Allerdings gelten die aktuellen Preise und Konditionen ausschließlich für Deutschland und Österreich. Für alle anderen Länder müssen individuelle Grundlagen, regulatorische Anforderungen und Aufwände geprüft und projektbezogen verhandelt werden.

thank you

MGD | MEDIENGRUPPE
DEUTSCHLAND

@contact@us-meta.com

mediagroup-germany.com

2026



TRANSPARENZ UND KLARHEIT: GRUNDLAGEN, RAHMENBEDINGUNGEN UND VERBINDLICHKEITEN

IN DER MEDIENGRUPPE DEUTSCHLAND LEGEN WIR GROSSEN WERT AUF OFFENHEIT, NACHVOLLZIEHBARKEIT UND EINE FAIRE KOMMUNIKATION GEGENÜBER UNSEREN PARTNERN, SPONSOREN UND PROJEKTBETEILIGTEN. DIESES SCHRIFTSTÜCK DIENT DAHER ALS UMFASSENDE INFORMATIONSGRUNDLAGE, UM ALLE WESENTLICHEN ECKPUNKTE ZU SKIZZIEREN, DIE IM RAHMEN VON GEMEINSAMEN PROJEKTEN, PRODUKTEN ODER ENTWICKLUNGEN VON BEDEUTUNG SIND.

ALLE HIER GENANNTE ANGABEN – DARUNTER INSBESONDERE PREISE, ENTWICKLUNGSKOSTEN, PRODUKTPREISE, KARTENPREISE, MONATLICHE GEBÜHREN, LAUFZEITEN, ANGABEN ZU GESELLSCHAFTERN, SPONSOREN UND BETEILIGTEN PARTNERN – VERSTEHEN SICH AUSSCHLIESSLICH ALS ORIENTIERUNG. SIE BILDEN EINE UNVERBINDLICHE GRUNDLAGE FÜR VERHANDLUNGEN UND SPIEGELN MÖGLICHE RAHMENBEDINGUNGEN WIDER, WIE SIE DERZEIT KONZIPIERT ODER ANGEDACHT SIND.

ES IST AUSDRÜCKLICH DARAUFG HINZUWEISEN, DASS SÄMTLICHE INFORMATIONEN, PREISSTRUKTUREN UND TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN OHNE GEWÄHR ERFOLGEN. ÄNDERUNGEN, ERGÄNZUNGEN UND ANPASSUNGEN KÖNNEN JEDERZEIT UND AUCH NACHTRÄGLICH Vorgenommen werden, wenn sich wirtschaftliche, technische oder organisatorische Gegebenheiten verändern. Alle Inhalte sind daher als vorläufig zu verstehen und können in künftigen Projektphasen noch konkretisiert, angepasst oder ersetzt werden.

Die Mediengruppe Deutschland GmbH sowie alle beteiligten Gesellschafter, Mitglieder, Sponsoren und Partner übernehmen keine Haftung für die Vollständigkeit, Richtigkeit oder Aktualität der dargestellten Informationen. Sämtliche Preisangaben verstehen sich netto zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer, sofern nicht anders angegeben.

Eine rechtliche Verbindlichkeit entsteht erst durch eine gesonderte, schriftlich unterzeichnete Vereinbarung oder einen individuellen Vertrag, der die jeweiligen Leistungen, Laufzeiten und Konditionen verbindlich regelt. Dieses Dokument ersetzt somit kein Angebot im rechtlichen Sinne (§ 145 BGB), sondern dient ausschließlich der Darstellung von Möglichkeiten, Perspektiven und potenziellen Projektkonfigurationen.

Es soll eine Diskussions- und Entscheidungsgrundlage bieten, die im weiteren Verlauf – etwa im Rahmen eines gemeinsamen Kick-off-Meetings – konkretisiert wird.

In diesem Kick-off werden sämtliche Punkte detailliert besprochen, individuell angepasst und schließlich in den jeweiligen Verträgen, Projektphasen und Meilensteinen verbindlich manifestiert. Diese Vorgehensweise gewährleistet, dass jedes Projekt präzise, partnerschaftlich und rechtssicher ausgestaltet wird, wobei Raum für flexible Anpassungen und unternehmerische Entwicklungsschritte bleibt.

Das Dokument sowie alle daraus abgeleiteten Inhalte unterliegen dem deutschen Recht. Gerichtsstand für eventuelle rechtliche Auseinandersetzungen ist, soweit gesetzlich zulässig, Berlin, Deutschland.

Mit dieser Herangehensweise möchten wir sicherstellen, dass Transparenz und rechtliche Klarheit stets im Mittelpunkt stehen – sowohl für unsere Partner als auch für alle internen Beteiligten. Die Mediengruppe Deutschland GmbH arbeitet kontinuierlich daran, ihre Prozesse, Produkte und Dienstleistungen im Sinne einer modernen, vertrauensvollen und zukunftsorientierten Wirtschaftskommunikation weiterzuentwickeln.

© Mediengruppe Deutschland GmbH – Alle Rechte vorbehalten

Martin-Buber-Strasse, Berlin

vertreten durch den Geschäftsführer: Christian Weninger

*Ausgenommen hiervon sind Sonderbeteiligungen, Sonderpakete, individuelle Programmierarbeiten oder Schnittstellenentwicklungen. Diese Leistungen werden von der jeweiligen Organisation getragen und gesondert gemäß dem gültigen Preiskatalog der Mediengruppe Deutschland vergütet.





Metacard | Your card. Your community.

METACARD



INTRODUCTION

The information contained in this presentation from MGD Mediengruppe Deutschland is of a general nature and is not tailored to individual situations.

Despite careful research, we assume no liability for completeness, timeliness or accuracy.

All provided content is confidential and may not be shared with third parties or used commercially without permission. Violations will be prosecuted.

This presentation is only valid in conjunction with the supplementary oral explanations provided by MGD. Prices are non-binding, quoted as gross prices, and subject to change without notice. Additional services (e.g., coordination, consulting, production, travel, external services) will be billed separately.



Digital communication at the highest level

OUR WORTH

Mediengruppe Deutschland is a specialized communications agency focusing on digital touchpoint management. We design, manage, and optimize all digital touchpoints between companies and their target groups – from web and app development to digital platforms and 3D websites (meta-webs) to AI-supported communication solutions.

Our range of services includes Inside-Out Communication, Publishing & Framing, interface programming, CRM and DMS systems, Microsoft integrations as well as strategic public affairs work in Europe, Asia and the USA.

In short: We combine technology, communication and strategy into a holistic digital ecosystem – for brands that want to be visible, relevant and successful in the digital world.

[®]
MCD | MEDIENGRUPPE
DEUTSCHLAND





META CARD

RS2

The MetaCard is a digital premium membership and fan card that combines payment, bonus, loyalty and community features in one system.

It consists of a physical card in the individual design (corporate identity) of the respective organization and a digital membership, which is fully integrated into an app. This app is the central control instrument: all benefits, bonus programs, and transactions are managed, displayed, and linked here.

The card itself is technically connected to the app and serves both as a means of payment and as a membership card –

Possibly in the community's preferred design.

Through the integrated #Points bonus program, members collect points with every purchase or interaction, which they can redeem for exclusive benefits, discounts, or special experiences. This creates an intelligent loyalty and membership ecosystem that digitally connects brands and organizations with their fans, members, and customers – combining emotional engagement, financial benefits, and automated value creation.

For the organization, the MetaCard creates a sustainable, automated cash flow based on loyalty, belonging, and exclusivity.

MetaCard is therefore a modular platform for the digital monetization of communities. It makes it possible to economically activate fan and member structures – without any risk or investment on the part of the user.



The principle

Level	Function	Goal
Infrastructure	Physical & digital card with Visa integration	Single access point for members
Platform	App with social, loyalty & commerce features	Management of communication, engagement & revenue
Monetization	Automated revenue streams via payment, sponsoring & data analysis	Recurring income without additional effort



Structure and responsibilities

Structure Overview

MGD operates the MetaCard digital platform and app in production and, upon request, takes over marketing and communication. The physical card is issued by RS2 & VISA or another financial service provider.

RS2 is the main contact for all technical interfaces, regulatory processes and financial law issues (including ECB, BaFin and liability regulations). End customers | members finance the system through a usage fee, while clubs and organizations participate in transaction, sponsorship & card revenues.

MGD provides the app platform and operations

- End customers finance the system through usage fees.
- Organization receives a share of the proceeds



The revenue mechanisms:

- Ticket price & revenue share (if applicable)
- Sponsorship Layer (Platform Branding & App Advertising)
- Engagement Value (Increased sales through loyalty & merch)
- MetaCard's revenue model is based on three pillars:

First, organizations benefit directly from the card price generated upon issuance. Second, the sponsorship layer enables additional revenue through platform branding, in-app advertising, and partner sponsorships. Third, the engagement value generates additional revenue from loyalty programs, merchandising, and active community interaction via the integrated #Points system.



The core message:

**The club or organization incurs no CAPEX costs.
but a continuous OPEX return flow from the digital activation of members and fans.**

The contracting parties will handle the pre-financing, rollout, and programming of the app application.
– as a Service – complete and turnkey from a single source.* FAQ8

Value proposition for clubs & brands

PROMISE OF VALUE

Feature	Advantage	Business Impact
Zero-Invest-Model	No upfront financial payments required	Immediate participation possible
Platform integration	Everything in one app	Reduced complexity & management
Community Ownership	Direct data and communication sovereignty	Independence from third-party platforms
Loyalty & Gamification	Increased engagement & retention	More lifetime value per member
Visa-Integration	Real economic use	Integration into everyday life, higher frequency of use
Sponsoring-Integration	New marketing level	Developing new revenue streams

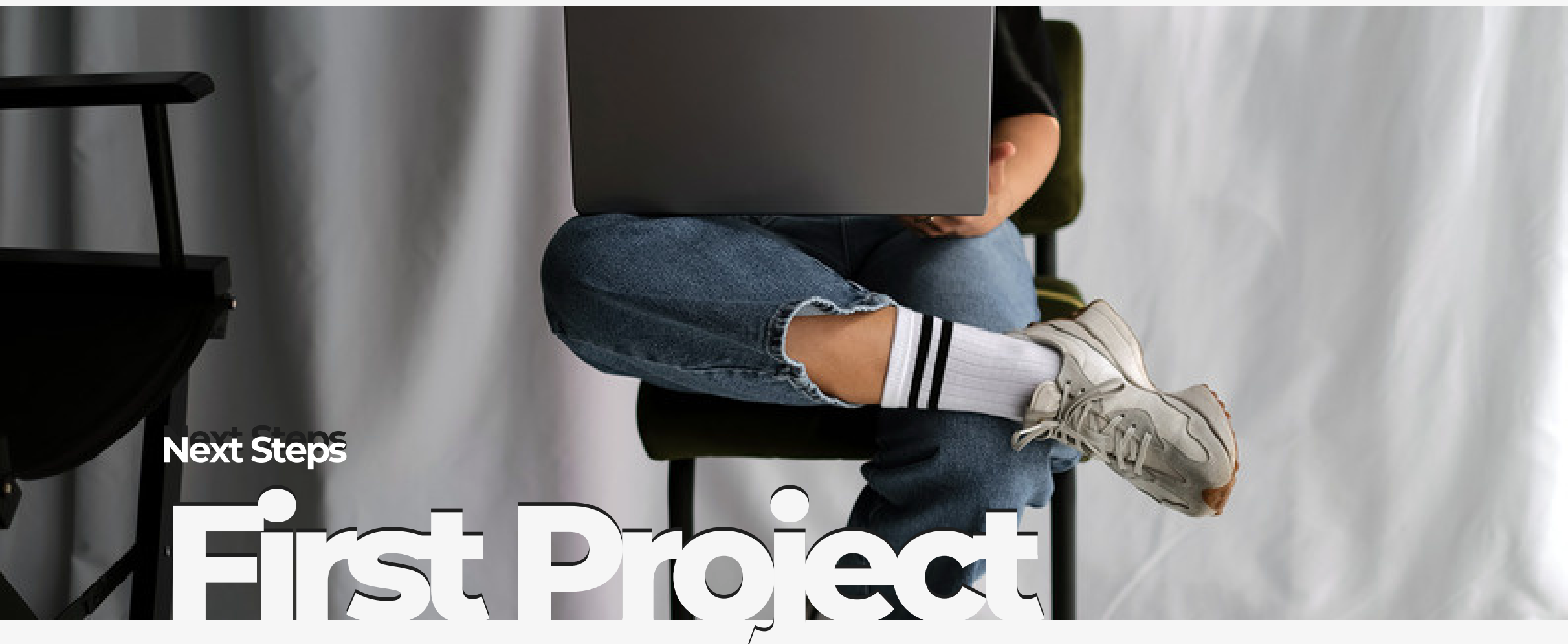




Strategic Added Value | “Cash Cow”

Added value

- Building its own digital ecosphere around the organization
- Direct access to member and fan data
- “Cash cow” Economic independence through recurring income
- Measurable KPI increases in engagement, revenue, and reach
- Long-term platform strategy: expandable to include e-commerce, streaming, etc.



Next Steps

First Project

- Strategic onboarding conversation
- Economic viability model & ROI calculation
- Contract & Governance Setup
- Technical launch within approximately 16 weeks* FAQ11





Member of the Year

Benefits for Members

The MetaCard is not a gimmick, but a new form of digital value creation in member and fan management.

It combines emotional connection with predictable economic benefits. For associations, this means: community ownership, recurring revenue, digital sovereignty. It allows for constant interaction with your target groups – informing, activating, rewarding, and emotionally binding them to your organization.

- Exclusivity: "Only those who have the card live the organization."
- Push notifications by News
- Status: Level system & visible progress (people love gamification)
- Emotion: Closeness to idols, feedback loops
- Community: Interaction with like-minded people → belonging
- Reward: Instant feedback through points, badges, and VIP experiences
- B2B Zone: For corporate members – networking, events, partner offers
- VIP Access: Priority Check-ins, Fast Lane, Parking & Hospitality
- Fan-Only Events: exclusive pre-events, backstage tours, training visits
- Meet & Greet slots: Bookable via points system
- 24-hour early access to tickets | Events & Info
- **"Fan of the Year" Award - curated based on activity, emotion, engagement, and sales.**

Frequently Asked Questions | 2026



FAQ List

1. What is the MetaCard?

The MetaCard is a digital premium membership and fan card with integrated payment, bonus, loyalty, and community features. It combines a custom-designed physical card with an app that manages all benefits and interactions.

2. Who is the MetaCard intended for?

The MetaCard is aimed at clubs, brands, organizations and communities that want to digitally activate and retain their members, fans or customers in the long term.

3. Is there a minimum purchase requirement for tickets?

No. The minimum order quantity is determined individually depending on the project size and target group. The rollout usually starts with around 7500 cards, but smaller pilot projects are also possible.

4. We already have a bank as a sponsor – is that a problem?

No. The MetaCard can easily be used alongside existing banking partners, as regional banks typically focus on checking accounts and building society savings products. Membership and loyalty cards like the MetaCard fall outside this business area and are generally neither relevant nor integrable for regional banks.

5. From what age is the MetaCard available?

The MetaCard is generally available to those 18 years of age and older. For young people aged 16 and over, there is a digital community version without payment functionality and a physical card, where all information and promotions are visible, in accordance with legal requirements – full use is then possible from their 18th birthday.

6. Can the MetaCard be integrated into an existing app?

Yes. The MetaCard can be seamlessly integrated into existing club or organization apps and is accessed and managed via a dedicated section or button – such as "Membership" or "Membership Card". If an organization doesn't have its own app, MGD will create a turnkey app in the club's design and name and publish it in all relevant app stores.

7. Can existing partners, restaurants, or sponsors be integrated into the app?

Yes. Existing partners, restaurants, and sponsors can be directly integrated into the app, creating a dedicated digital partner and sponsorship network. Customers collect additional points when shopping at participating partners, offering attractive added value for both existing partners and new online shops.

8. Will the club incur any investment costs?

The club incurs no capital expenditure costs. The system is financed through user fees from end users, while the club receives ongoing revenue from ticket sales, sponsorships, and digital engagement. The app's development costs are initially pre-financed by MGD Mediengruppe Deutschland and are only recouped later – for example, through ticket sales, sponsorship revenue, or other program income. In this way, the development is fully refinanced through ongoing operations.

9. Can another credit card be used?

Yes, in principle the system can also be implemented with other credit card manufacturers, such as Mastercard. However, within the existing system, MGD Mediengruppe Deutschland and RS2 are firmly established as the main contractual partners.

10. How much effort will it take for the club or organization to introduce the MetaCard?

The effort required from the club is minimal – typically, only about 3 to 4 working days are needed for coordination, approval, and the kick-off meeting. Afterwards, monthly meetings can be held, if desired, to optimize and coordinate ongoing activities.

11. How long will the introduction of the MetaCard take?

Once the map and app design is approved, the technical setup and activation typically takes 8 to 12 weeks. If required, Mediengruppe Deutschland can support the entire launch process with marketing and communications assistance.

12. How secure is the system?

The MetaCard meets the highest security and data protection standards. All financial processes are subject to BaFin and ECB regulations and are processed via RS2FS. The system is GDPR-compliant, runs in German data centers, and meets all current security and data protection standards.

13. Is this also possible in all EU countries or in the USA?

Yes. The MetaCard can be used throughout the EU and can also be rolled out in the USA if needed, as the financial processes comply with European and international VISA standards. However, the current prices and conditions apply exclusively to Germany and Austria. For all other countries, individual requirements, regulatory conditions, and costs must be reviewed and negotiated on a project-by-project basis.

thank you

MGD | MEDIENGRUPPE
DEUTSCHLAND

@contact@us-meta.com

mediagroup-germany.com

2026



TRANSPARENCY AND CLARITY: PRINCIPLES, FRAMEWORK AND COMMITMENTS

AT MEDIENGRUPPE DEUTSCHLAND, WE PLACE GREAT VALUE ON OPENNESS, TRANSPARENCY, AND FAIR COMMUNICATION WITH OUR PARTNERS, SPONSORS, AND PROJECT STAKEHOLDERS. THIS DOCUMENT THEREFORE SERVES AS A COMPREHENSIVE INFORMATION BASE, OUTLINING ALL THE KEY ASPECTS RELEVANT TO JOINT PROJECTS, PRODUCTS, OR DEVELOPMENTS.

ALL INFORMATION PROVIDED HERE – INCLUDING, IN PARTICULAR, PRICES, DEVELOPMENT COSTS, PRODUCT PRICES, TICKET PRICES, MONTHLY FEES, CONTRACT DURATIONS, INFORMATION ON SHAREHOLDERS, SPONSORS AND PARTICIPATING PARTNERS – IS FOR GUIDANCE ONLY. IT FORMS A NON-BINDING BASIS FOR NEGOTIATIONS AND REFLECTS POSSIBLE FRAMEWORK CONDITIONS AS THEY ARE CURRENTLY CONCEIVED OR ENVISIONED.

IT SHOULD BE EXPRESSLY NOTED THAT ALL INFORMATION, PRICING STRUCTURES, AND TECHNICAL SPECIFICATIONS ARE PROVIDED WITHOUT GUARANTEE. CHANGES, ADDITIONS, AND ADJUSTMENTS MAY BE MADE AT ANY TIME, EVEN RETROSPECTIVELY, IF ECONOMIC, TECHNICAL, OR ORGANIZATIONAL CIRCUMSTANCES CHANGE. ALL CONTENT SHOULD THEREFORE BE CONSIDERED PRELIMINARY AND MAY BE FURTHER SPECIFIED, ADAPTED, OR REPLACED IN FUTURE PROJECT PHASES.

MEDIENGRUPPE DEUTSCHLAND GMBH AND ALL PARTICIPATING SHAREHOLDERS, MEMBERS, SPONSORS, AND PARTNERS ASSUME NO LIABILITY FOR THE COMPLETENESS, ACCURACY, OR TIMELINESS OF THE INFORMATION PRESENTED. ALL PRICES ARE NET PRICES, EXCLUDING STATUTORY VAT, UNLESS OTHERWISE STATED.

A LEGALLY BINDING AGREEMENT ONLY ARISES THROUGH A SEPARATE, WRITTEN AGREEMENT OR AN INDIVIDUAL CONTRACT THAT DEFINITELY REGULATES THE RESPECTIVE SERVICES, TERMS AND CONDITIONS.

THIS DOCUMENT THEREFORE DOES NOT REPLACE A LEGALLY BINDING OFFER (§ 145 BGB), BUT SERVES SOLELY TO PRESENT POSSIBILITIES, PERSPECTIVES AND POTENTIAL PROJECT CONFIGURATIONS.

IT IS INTENDED TO PROVIDE A BASIS FOR DISCUSSION AND DECISION-MAKING, WHICH WILL BE FURTHER SPECIFIED IN THE COURSE OF EVENTS – FOR EXAMPLE, IN THE CONTEXT OF A JOINT KICK-OFF MEETING.

IN THIS KICK-OFF MEETING, ALL POINTS ARE DISCUSSED IN DETAIL, INDIVIDUALLY TAILORED, AND FINALLY FORMALLY DOCUMENTED IN THE RESPECTIVE CONTRACTS, PROJECT PHASES, AND MILESTONES. THIS APPROACH ENSURES THAT EVERY PROJECT IS DESIGNED PRECISELY, COLLABORATIVELY, AND LEGALLY SOUNDLY, WHILE STILL ALLOWING FOR FLEXIBLE ADJUSTMENTS AND BUSINESS DEVELOPMENT.

THIS DOCUMENT AND ALL ITS DERIVATIVE WORKS ARE SUBJECT TO GERMAN LAW. THE PLACE OF JURISDICTION FOR ANY LEGAL DISPUTES IS, TO THE EXTENT LEGALLY PERMISSIBLE, BERLIN, GERMANY.

WITH THIS APPROACH, WE AIM TO ENSURE THAT TRANSPARENCY AND LEGAL CLARITY ARE ALWAYS PARAMOUNT – BOTH FOR OUR PARTNERS AND FOR ALL INTERNAL STAKEHOLDERS. MEDIENGRUPPE DEUTSCHLAND GMBH CONTINUOUSLY WORKS TO FURTHER DEVELOP ITS PROCESSES, PRODUCTS, AND SERVICES IN LINE WITH MODERN, TRUSTWORTHY, AND FUTURE-ORIENTED BUSINESS COMMUNICATION PRINCIPLES.

© MEDIENGRUPPE DEUTSCHLAND GMBH – ALL RIGHTS RESERVED. MARTIN-BUBER-STRASSE, BERLIN. REPRESENTED BY THE MANAGING DIRECTOR: CHRISTIAN WENINGER

*EXCLUDED FROM THIS ARE SPECIAL CONTRIBUTIONS, SPECIAL PACKAGES, INDIVIDUAL PROGRAMMING WORK, OR INTERFACE DEVELOPMENT. THESE SERVICES ARE BORNE BY THE RESPECTIVE ORGANIZATION AND REMUNERATED SEPARATELY ACCORDING TO THE CURRENT PRICE LIST OF MEDIENGRUPPE DEUTSCHLAND.