

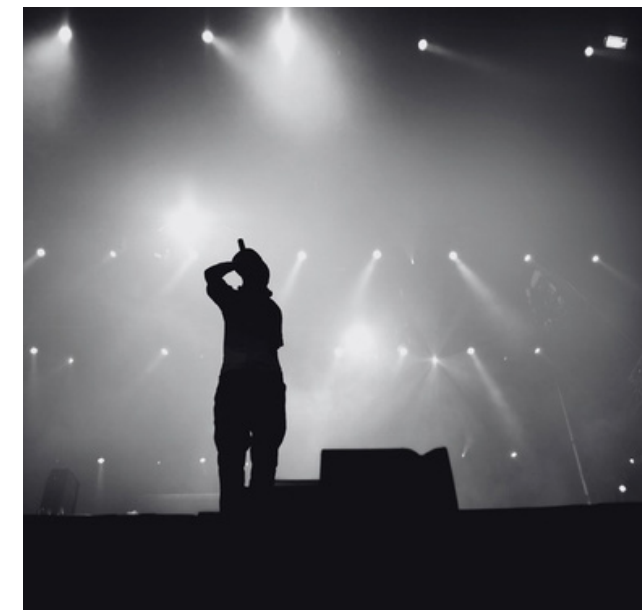


# META CARD



# UNLOCK YOUR FAN POWER

Sie schaffen Reichweite, wir schaffen Umsatz



HEAD OF BUSINESS DEVELOPMENT  
**RAINER FUCHS**

- [CONTACT@US-META.WORLD](mailto:CONTACT@US-META.WORLD)
- [METACARD@MEDIENGRUPPE-BERLIN.DE](mailto:METACARD@MEDIENGRUPPE-BERLIN.DE)

**META  
CARD**  
DIGITAL FINANCIAL SERVICES



# WELCOME

Die erste Premium-Mitglieds- und Fan-Card, die Zahlung, Loyalty, Bonusprogramm, Community und digitale Identität in einem einzigen System vereint.

Zum ersten Mal wird aus einer Follower-Community ein echtes, eigenes Ökosystem:

Eine Karte im individuellen Branding, eine App als digitales Zuhause, ein Loyalty-System, das jede Interaktion belohnt – und eine Verbindung zwischen Influencer und Fans, die tiefer geht als alles, was Social Media heute ermöglicht.

Die MetaCard ist die Revolution der Creator Economy.

Sie macht Influencer unabhängig von Plattformen, Marken und Algorithmen.

Keine Sponsor-Deals nötig. Kein Warten auf Reichweiten.

Mit der MetaCard besitzen Creator ihre eigene digitale Infrastruktur

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.

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.

# Co-Owner Programm

Eine weitere Funktion hebt die MetaCard weltweit von allen anderen Loyalty- und Membership-Lösungen ab:

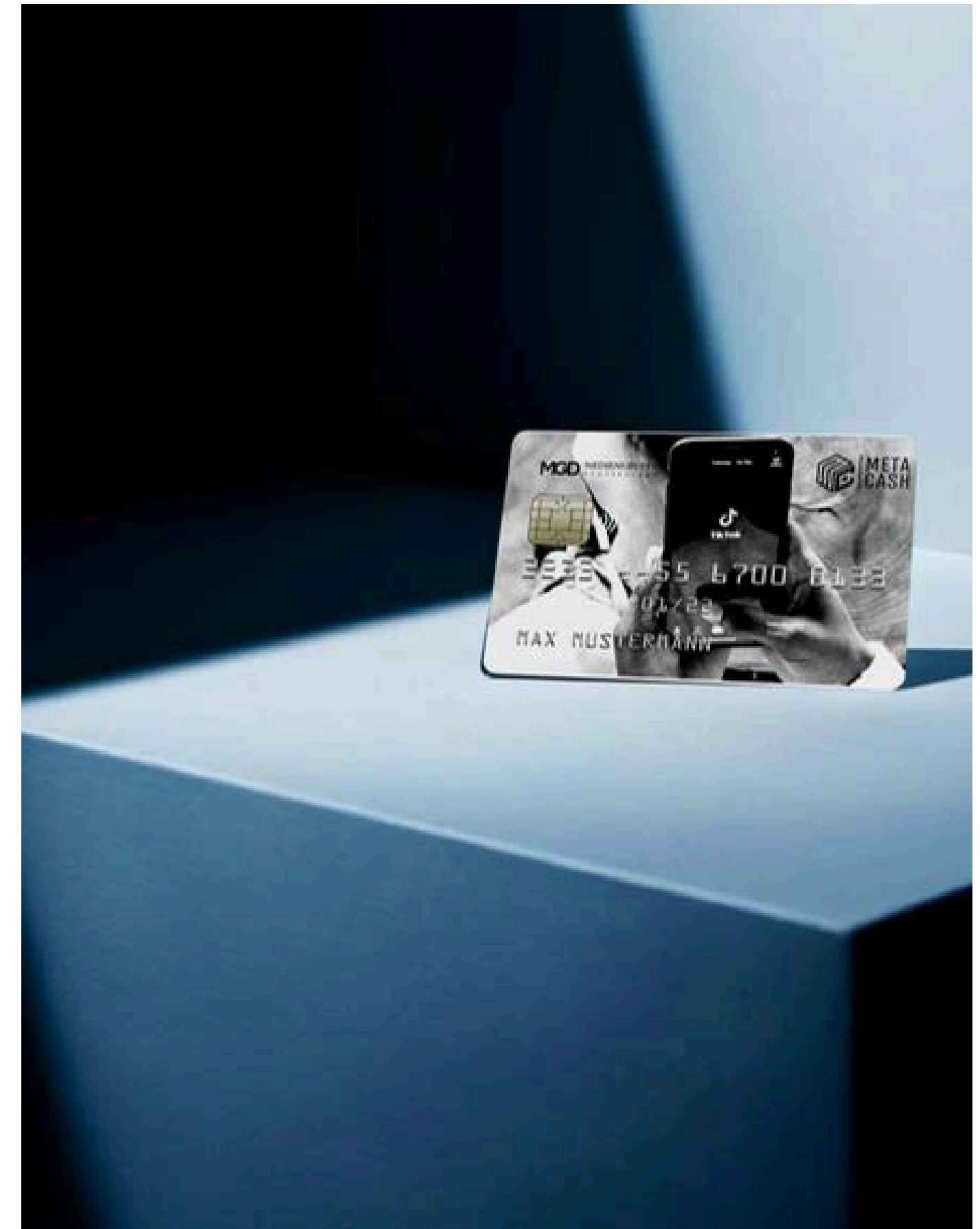
Die Top 25 User, die im jeweiligen Zeitraum am aktivsten sind und die meisten Punkte, Coins oder Bonuswerte sammeln, können – sofern die Organisation dies wünscht – an ausgewählten Unternehmensentscheidungen mitwirken.

Diese Mitbestimmung kann je nach Wunsch der Organisation von einfachen Design- oder Farbentscheidungen bis hin zu relevanten unternehmerischen Themen reichen. Den Mitgliedern wird das Gefühl vermittelt, echten Einfluss nehmen zu können. Dadurch steigt die emotionale Bindung enorm:

Der User fühlt sich dem Unternehmen stärker zugehörig, identifiziert sich mehr mit der Marke und übernimmt eine Art „Co-Owner“-Mentalität – verantwortlich für den Erfolg.

Diese Form der digitalen, spielerischen Mitbestimmung ist weltweit einzigartig und ausschließlich bei der MetaCard verfügbar.

Zusätzlich bietet die MetaCard-Technologie die Option, für Kunden eigene Crypto-Coins zu kreieren – individuell, markenbezogen und vollständig integriert in das bestehende Loyalty-Ökosystem.





# Die Stärkste Bindung

Das stärkste Bindungsinstrument im digitalen Zeitalter  
Die Meta Card ist weit mehr als eine Mitgliedskarte oder Bonuskarte.  
Sie ist ein vollständig digitalisiertes Marketing- und Wertschöpfungsinstrument, das es Vereinen, Marken und Influencern ermöglicht, ihre Community auf ein neues Level zu heben – emotional, technologisch und wirtschaftlich.

Reichweite ist vergänglich. Bindung ist wertvoll.  
Die Meta Card baut eine direkte Verbindung zwischen Organisation und Fan auf – unabhängig von Social-Media-Algorithmen oder externen Plattformen.  
Jeder Karteninhaber wird Teil eines exklusiven, geschlossenen Ökosystems.

Das bedeutet:

- regelmäßige Interaktion,
- höhere Markenloyalität,
- direkte Kommunikationskanäle,
- dauerhafte Wiederkehr der Fans in die digitale Welt der Marke.





# Make It Rain

Die Meta Card ist das fehlende Bindeglied zwischen Fan, Marke und moderner Wertschöpfung. Sie verwandelt eine einfache Community in ein profitables, digitales Ökosystem, das dauerhaft Einnahmen generiert – ohne zusätzliche Kostenstrukturen, ohne Personalaufwand und ohne Komplexität.



- Weil sie neue Monatliche wiederkehrende Erlöse schafft, wo vorher keine waren.
- Ein digitaler Mehrwert, der sofort monetarisierbar ist – unabhängig von Sponsoren, Events oder Verkäufen.
- Weil sie Fans in loyale Mitglieder eines eigenen, geschlossenen Systems verwandelt.
- Das sorgt für kontinuierliche Interaktionen und stabile wiederkehrende Umsätze.
- Weil sie bestehende Systeme nicht ersetzt, sondern erweitert.
- Jede Struktur bleibt, wie sie ist – nur mit mehr Potenzial, mehr Wert und mehr Ertrag.
- Weil sie als digitales Produkt nahezu keine Grenzkosten hat.
- Jeder neue Karteninhaber erhöht den Gewinn, ohne den Aufwand zu steigern.
- uvm.

# CASH COW

Die Meta Card ist der neue Standard für Marken, die im digitalen Zeitalter vorne sein wollen – und ihre Fans nicht nur erreichen, sondern berühren, begeistern und langfristig binden möchten.

- Ihr Brand-Design
- Ihr Logo
- Ihr Motto
- Alles 100 % personalisiert
- eigene APP
- eigene Plattform
- eigenes Loyalty-System
- eigenen Partner
- eigene Karte
- eigene Revenue-Struktur
- 0€ Setup-Kosten\*
- Professionelles Development, Hosting
- Full Management- Service\*
- Cash Cow MTL.
- super Deal
- uvm.





# Struktur Overview

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

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

- 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 Sie als Influencer oder Ihre Marke entsteht kein CAPEX,  
aber ein laufender OPEX-Rückfluss aus der digitalen Aktivierung  
der Mitglieder und Fans.**

**MGD** | MEDIENGRUPPE  
DEUTSCHLAND

**Beyond**  
by RS2

**VISA**

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

# 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, Sponsoringerglöse 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.

HEAD OF BUSINESS DEVELOPMENT  
**RAINER FUCHS**

• [CONTACT@US-META.WORLD](mailto:CONTACT@US-META.WORLD)  
• [METACARD@MEDIENGRUPPE-BERLIN.DE](mailto:METACARD@MEDIENGRUPPE-BERLIN.DE)