



GAMINGINTURKEY

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ 2021 RAPORU



İçindekiler

Sponsorlar	5
Partnerler	6
Ön Söz	7-11
2021 Türkiye'sine Genel Bakış	12-13
Türkiye'de Tahmini 2021 Medya ve Reklam Yatırımları	14-16
Türkiye'de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	17-19
Türkiye'de Tercih Edilen Markalar	20
Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları	21-25
Türkiye'de Android Oyun Dünyası	26-27
Türkiye'de Yerelleştirmenin Önemi	28-29
Türkiye'de Oyun ve Müzik	30-32
Türk Oyuncularının Karakteristik Özellikleri	33-35
Türkiye'de Oyun Sektörü Ne Durumda	36-41
Oyun Sektöründe Yatırımlar	42-44
Türkiye Esport Federasyonu TESFED Özel Köşesi	45-51
Riot Games Özel Köşesi	52-53
Cem Bölükbaşı Röportajı	54-56
Metaverse ve Oyun Sektörü	57-58
Blockchain ve Oyunlar	59-61
Oyunlarda AI - Yapay Zeka	62-63
2020 - 2021 Karşılaştırmalı Türkiye Oyun Sektörü Raporu	64-85
Türkiye'deki Popüler Oyun Firmaları	86-87

İçindekiler

Türkiye'deki Lokal Oyun Firmaları	88-95
Türkiye'deki En Popüler Yayıncılar / Twitch TV	96-97
Türkiye'deki En Popüler Youtube Kanalları	98-99
Türkiye'deki Popüler Instagram Fenomenleri	100-101
Aktif Ödeme Kuruluşları	102
Aktif Elektronik Para Kuruluşları	103
Dernekler	104
Oyun Fuarları	105
GIST 2022	106-108
GAMEX 2022	109-111
Türkiye'de Sektöre Yönelik Eğitimler	112-116
Oyun Tasarımı Seçmeli Lisans Dersleri	117-119
Oyun Tasarımı Yüksek Lisans Programları	120-121
Oyun Tasarımı ve Espor Sertifika Programları	122
Diğer Oyun Tasarım Programları	123-124
İnternet Kafeler ve Detayları	125-129
Türkiye'deki Espor Takımları	130-133
Lisanslı Oyuncu ve Takım Sayısı	134
Sosyal Medyayı En İyi Kullanan Espor Takımları	135-138
Türkiye'de Düzenlenen Online Espor ve Oyun Etkinlikleri	139-140
Espor ve Oyuna Yatırım Yapan Markalar	141
Espor Oyunları	142

İçindekiler

Türkiye Espor Medya Kanalları	143
Top Oyun Siteleri	144
Top Online Satış Siteleri	145
Top Online Oyun Platformları	146
Türkiye'deki Oyun Dergileri	147
Uzman Görüşleri	148-200
Coca-Cola	201-202
fastPay	203-204
Monster Notebook	205-206
Türk Telekom	207-208
Gamer Arena	209-210
Türkiye Bilişim Vakfı	211-212
Polity	213-214
UGC90	215-216
Orta Doğu'da Oyun Sektörü	217-218
Kaynakça	219
Bilgilendirme Notu	220
Gaming in Turkey - Oyun ve Espor Ajansı - Oyun Yayıncısı	221

Teşekkürler

6 senedir büyük bir titizlikle hazırladığımız ve birçok kaynaktan yayınlanan verileri yorumladığımız Türkiye Oyun Sektörü Raporu'nun 2021 versiyonunda, bizimle birlikte olan ve bize destek veren sponsorlarımıza teşekkür ederiz.

(Sponsor markaların logoları alfabetik olarak ve sponsorluk kategorisine göre sıralanmıştır.)



Platinum Sponsorlarımız



Gerçek Mucize™

[Coca-Cola](#)

Hızlı Tüketim
İçecek



[fastPay](#)

Dijital Cüzdan
Uygulaması



[Monster Notebook](#)

Performans Tutkunlarına
Özel Oyuncu Notebook'ları



Değerli Hissettirir

[Türk Telekom](#)

Türkiye'nin Lider Bilgi ve
İletişim Teknolojileri Şirketi



Gold Sponsorlarımız



[GAMER ARENA](#)

Rekabetçi
Oyun Platformu



[Polity](#)

Virtual World



[Türkiye Bilişim Vakfı](#)

Bilgi Toplumuna
Dönüşmüş Bir Türkiye



[UGC90. ULTIMATE GAMECHANGER](#)

NFT Gaming &
Collections & Metaverse

Teşekkürler

Senelerdir bizlerle birlikte yürüyen ve bizimle olan partnerlerimize destekleri için teşekkür ederiz.



gamescom

Türkiye
Stratejik Partneri



Çin Mobil Oyun
Publishing Partneri



İran Mobil Oyun
Publishing Partneri



ClassHouse
IT Servisleri Partneri



Anti Hacking
Çözüm Partneri



BAU
Esports



Playable Factory
Oynanabilir Reklam Partneri



LIVAD
Livestream Pazarlama Partneri



PERISCOPE
Dijital Pazarlama Partneri



Türkiye ve Orta Doğu

OZAN AYDEMİR

PRESIDENT / CEO

2021, maalesef pandemi sürecinin devam ettiği yine çoğu zaman sosyal faaliyetlerimizi gerçekleştiremediğimiz 2020'nin kopyası bir yıl oldu. Tabi ki o yaşadığımız ilk şok atlatılmış durumda olsa da hepimiz için hala belirsiz bir durum söz konusu. Pandemi süreci ne zaman bitecek ne zaman gerçekten sosyal hayatlarımıza dönebileceğiz gibi.

Yine de duruma iyi tarafından bakacak olursak, bir şekilde bu yeni düzene adapte olduk. Evet, pandeminin bitmesi için hepimiz büyük bir umutla bekledik ama bitmese de insanoğlunun hayatta kalma içgüdüğü bu zor durumda da bizi ileriye taşımaya/götürmeye devam etti. 2020'de hızlanan dijitalleşme süreci 2021'de meyvelerini vermeye başladı. Bizim sektörün zaten aşına olduğu ama genel olarak herkese ulaşan "Metaverse" kavramı ise senenin sonuna damgasını vurdu.



Türkiye ve Orta Doğu

OZAN AYDEMİR

PRESIDENT / CEO

Sektörel olarak baktığımızda 2021, gelir anlamında, sene başı ve ortalarında bir önceki yıla göre biraz daha durgundu. Hatta ilk defa dönemsel olarak karşılaştırma yaptığımızda bir düşüş ivmesi vardı. Ama son çeyrekte yine gelirler artmaya başladı. Bizim beklentimiz aslında 2019 ve sonrası için hep istikrarlı bir yüzde ile büyüme idi. Ama pandeminin oyun pazarındaki etkisi, bu büyümenin çoğunun 2020'de önden yüklenmesi gibi oldu. Bu yıl ise özellikle sene başı ve ortası biraz daha stabil denge sağlayıcı bir yıl oldu. Fakat başta da söylediğim gibi, 2021 son çeyrekte bizi yine şaşırttı ve gelirler arttı. 2023 yılına geldiğimizde ise global pazar için öngörümüz gelirlerin 200 milyon doların üzerinde olacağı yönünde.

Bu süreç biliyorsunuz tüm iş hayatımızı ve çalışma şeklimizi değiştirdi. Buna oyun üreticileri de dahil. Uzaktan çalışmanın bazı dezavantajlarından dolayı, özellikle AAA dediğimiz üst kalite PC ve konsol oyunlarının yapım süreçleri uzadı ve dolayısı ile de bu tarz birçok oyunun çıkış tarihleri ertelendi.

Küresel çip sıkıntısı, yeni nesil kullanıcılar ve üst düzey PC'ler için gerekli hardware ürünlerinin tedarikinde kısmen zorluklar çıkardı.



Türkiye ve Orta Doğu

OZAN AYDEMİR

PRESIDENT / CEO

Oyun sektörüne yön veren ana etmen "mobil" oldu. 2021'de total global gelirlerin 90 milyar dolarından fazlası mobilden elde edildi. Durdurmanın neredeyse imkansız olduğu, inanılmaz bir hızla büyüyen "mobil oyun sektörü", önümüzdeki yıllarda da en hızlı büyüyen segment olacak.

Konsol ve PC oyunları, sene başında yaşadıkları gecikmeler nedeniyle yavaşlamış durumdaydı ama kısa süre içinde geciken tüm oyunlar sıkışık bir takvimle piyasaya sürülmeye başlandı. Bu da yine hem PC ve konsol satışlarını artırdı hem de bu segmentlerdeki gelir düşüşünü durdurdu.

2021'de de hem ülkemizde hem de globalde sektörümüze yatırımlar devam etti. Kripto dünyasının sektörümüze yayılma hızı arttı, NFT kavramı sektördeki yerini aldı. Son olarak ise Metaverse ile birlikte tüm gözler yine oyun sektörüne çevrildi.



Gaming in Turkey

OZAN AYDEMİR

PRESIDENT / CEO

Kendi tarafımızdaki gelişmelere bakacak olursak; Gaming in Turkey Oyun ve Espor Ajansı olarak bu sene 6. senemizi doldurduk. 25'den fazla oyun firmasına eş zamanlı olarak hizmet verdik ve vermeye devam ediyoruz. Ayrıca hem Türkiye'deki hem de Orta Doğu'daki faaliyetlerimizi sürdürüyoruz.

Coca Cola'nın 25 ülkede resmi oyun ve espor ajansı olarak yolumuza devam ediyoruz.2021'in bizim için bir diğer güzel haberi de Türk Telekom ('un aramıza katılması) oldu. Gaming in Turkey olarak artık Türk Telekom'un da ajansiyiz. 2022'de Türk Telekom ile de şu an altyapı hazırlıklarımızın son sürat devam ettiği çok başarılı projelere ve işlere imza atacağız.

2021 bizim için tamamen kurumsal bir yapıya geçişin senesi oldu diyebilirim. Bunun tatlı sancılarını çektik elbette ama artılarını ve meyvelerini de fazlası ile almaya başladık. Değerli markaların da aramıza katılması ile kadromuz 30 kişiye ulaşmış durumda. Ayrıca hala ekibimizdeki eksiklikler için arayışlarımızı da sürdürüyoruz. Tabii ki bu büyüme globalleşen yapımızla da doğru orantılı olarak artmaya devam edecek.



Gaming in Turkey

OZAN AYDEMİR

PRESIDENT / CEO

Gelir olarak baktığımızda bir önceki seneye göre %250'nin üzerinde büyüyerek kendi rekorumuzu kırdık. Globalde stratejik partnerliklerimizin sayısını arttırarak özellikle girmesi oldukça zor olan Çin ve İran pazarı gibi büyük pazarların kapılarını oyun firmaları için ve tabii kendimiz için de açmış olduk.

Geçen sene yapamadığımız şey ise, bu aşırı yoğunluk dolayısı ile, oyun yazılımı oldu. Umarım bu sene oyun departmanımızın başlangıç yılı olacak. Ve son aldığımız karar ise, oyun yayıncılığı. Ekibimizin bu konudaki 13 yıllık oyun operasyonları ve oyun pazarlaması deneyimlerini de göz önünde bulundurarak hem kendi oyunlarımızın yapımına hem de kendi bölgemizdeki farklı oyun firmalarının oyunlarının yayınlanması için çalışmalara başlayacağız.

2021 Türkiye'sine Genel Bakış

2021 yılında Türkiye nüfusu, önceki yıla göre artış gösterdi. Türkiye'de ikamet eden nüfus, 31 Aralık 2021 tarihi itibarıyla bir önceki yıla göre **1 milyon 65 bin 911** kişi artarak **84 milyon 680 bin 273** kişiye ulaştı.

Yıllık nüfus artış hızı 2020 yılında **binde 5,5** iken, 2021 yılında **binde 12,7** oldu.

Erkek nüfus **42 milyon 428 bin 101** kişi olurken, kadın nüfus **42 milyon 252 bin 172** kişi oldu.

Diğer bir ifadeyle toplam nüfusun %50,1'ini erkekler, %49,9'unu ise kadınlar oluşturdu.

İstanbul'un nüfusu, bir önceki yıla göre **378 bin 448** kişi artarak **15 milyon 840 bin 900** oldu. Türkiye nüfusunun %18,71'inin ikamet ettiği İstanbul'u, 5 milyon 747 bin 325 kişi ile Ankara, 4 milyon 425 bin 789 kişi ile İzmir, 3 milyon 147 bin 818 kişi ile Bursa ve 2 milyon 619 bin 832 kişi ile Antalya izledi.



2021 Türkiye



TOPLAM NÜFUS
84.680.273



KADIN NÜFUSU
42.252.172



ERKEK NÜFUSU
42.428.101



**İNTERNET
KULLANICISI**
70.000.000+

NÜFUSA ORANI 16 - 74 YAŞ
%82.6

CİNSİYETE GÖRE
ERKEK %87.7
KADIN %77.5




**SOSYAL MEDYA
KULLANICISI**
62.000.000+

38.000.000 FACEBOOK
49.000.000 INSTAGRAM



Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları

Reklamcılar Derneği tarafından hazırlanan Türkiye Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2021 Raporu'ndaki rakamlara göre TV reklam yatırımlarında son 20 yılın en yüksek oranlı artışı yaşandı. Dijital reklam yatırımları ise yine tüm yatırımlar arasında en yüksek payı almış durumda. Kırılıma baktığımızda ise %68 Mobil %32 Masaüstü olduğunu görmekteyiz.

Kanal	Pazar Payı 2021	Pazar Payı 2020
 Televizyon	%28	%34,7
 Basın	%1,7	%2,9
 Açık Hava	%3,4	%4,6
 Radyo	%1,4	%2,1
 Sinema	-	%0,4
 Dijital	%65	%55,3



Türkiye’de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları

Dijital reklam kanallarının dağılımına baktığımızda, Arama motoru reklamları, gösterim ya da tıklama bazlı reklamlar ve video reklamların ana paydaşlar olduğunu görüyoruz.



Dijital Kırılım

Gösterim / Tıklama

Video

Arama Motoru

İlan

Diğer

Yüzde

%38

%27

%28

%1

%6



Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları

Türkiye'de bir yandan dijitalde bu kadar yatırım yapılırken bir yandan da kullanıcı alışkanlıkları değişiyor. 16-64 yaş arası kullanıcılar satın almadan önce mutlaka internetten araştırıyor ve bunların %12'den fazlası ise karşılıklarına çıkan reklamların etkili olduğunu belirtiyor. Türkiye'de %30+ civarında internet kullanıcısının ise Ad Blocker kullandığı tahmin ediliyor.

● Video ● Interstitial ● Banner ● Playable

Globalde oldukça popüler olan "playable" yani oynanabilir reklam modelleri de Türkiye'de artık bir çok marka ve oyun firması tarafından tercih edilen bir yöntem haline gelmiş durumda.

Interstitial reklam modeli yine 2020'deki gibi en çok kullanılan model olarak dikkat çekerken, video formatı, standart banner reklam modelleri ise popülerliğini koruyor.

Interstitial Reklam Modeli: Display reklam formatı olan interstitial reklamlar, mobil uygulamalarda (ve web sitelerinde) kullanılarak reklam verenlerin hedef kitlelerine ulaşabilmelerini sağlar.



Türkiye'de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

- YouTube
- Instagram
- Facebook
- TikTok
- Twitter
- Facebook Messenger
- Snapchat
- LinkedIn
- Pinterest

Türkiye, 2021 yılında tüm dünyada Instagram'ı en aktif kullanan ülke konumunda yükselmiş durumda.



Türkiye'de Dikkat Çeken 2021 Sosyal Medya Kullanımı Alışkanlıkları Verileri

- Dünya yaş ortalaması 31.4 iken Türkiye'nin nüfus yaş ortalaması 32.2.



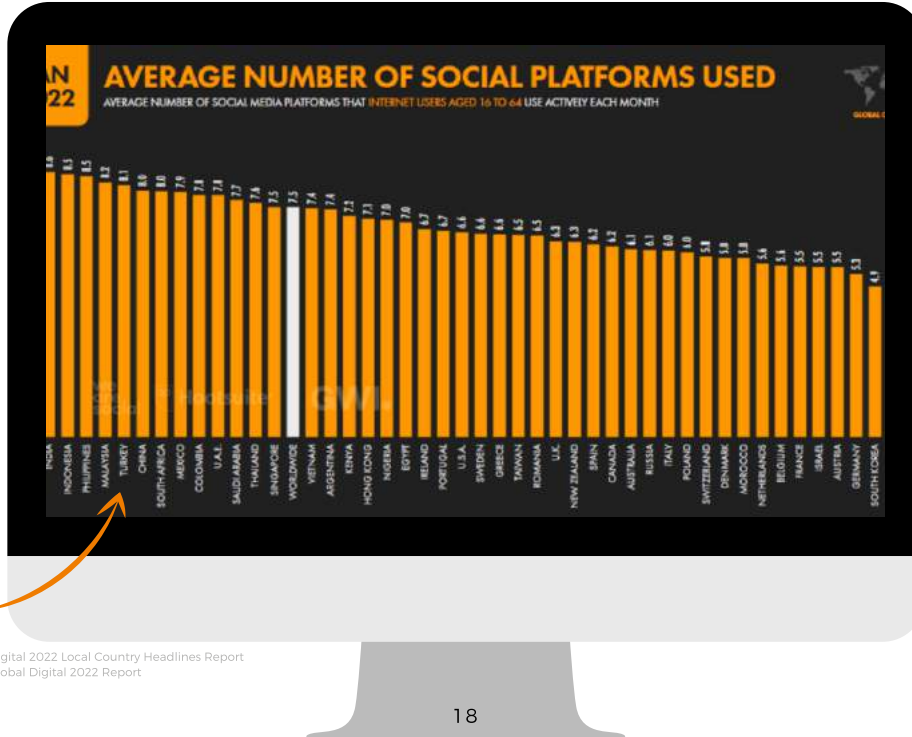
Türkiye'de Bir Günde Kişi Başı Sosyal Medyada Geçirilen Ortalama Süre

- İnternet kullanıcılarının sosyal medyada harcadığı zaman ortalama 2 saat 27 dakika.
- Ülkemizde her bir internet kullanıcısının ortalama 8.1 sosyal platformda hesabı var.
- Her iki internet kullanıcısından biri marka araştırması için sosyal medyayı kullanıyor ve ortalama 100 kişiden 13'ü sosyal medyada bir Influencer'ı takip ediyor.
- Sosyal medyayı iş için kullananların oranı ise 3'te 1'e yakın.
- Ülke nüfusunun yarısından fazlası, Facebook'a erişim imkanına sahip.



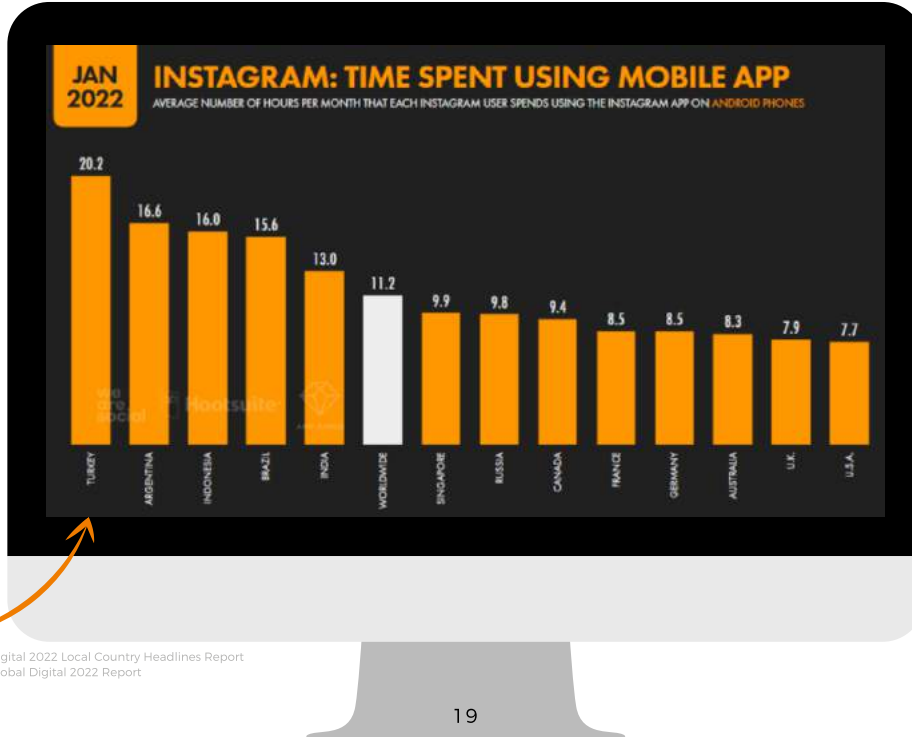
Türkiye'de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Türkiye, tüm dünyada sosyal medyayı en aktif kullanan 6. ülke konumunda. Dünyada sosyal medyayı en aktif kullanan ülkelere Brezilya, Hindistan, Endonezya, Filipinler, Malezya, Türkiye ve Çin.



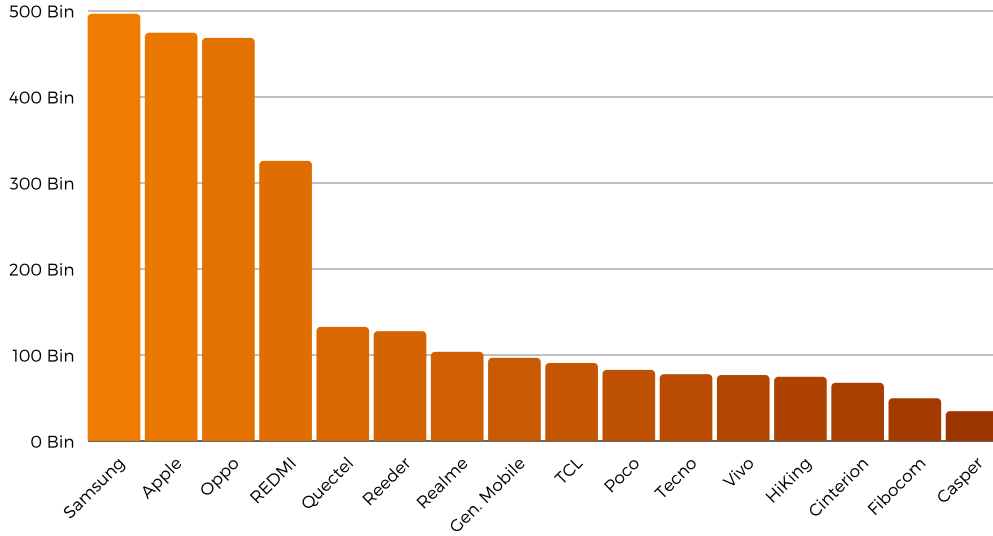
Türkiye'de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

YouTube erişim oranı %73'e yakın. Instagram erişim oranı ise %76.5. Bu rakam ülkemizi küresel anlamda Instagram erişim sıralamasında en üst sıraya taşıyor.



Türkiye'de Tercih Edilen Markalar

Türkiye'deki akıllı telefon ve telefon kullanımı oldukça yüksek. Eylül 2021 sonu itibari ile Türkiye'de yaklaşık %104 yaygınlık oranına karşılık gelen, makineler arası iletişim (M2M) aboneleri dâhil, toplam 86.946.183 mobil abone bulunmaktadır.



2021



Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

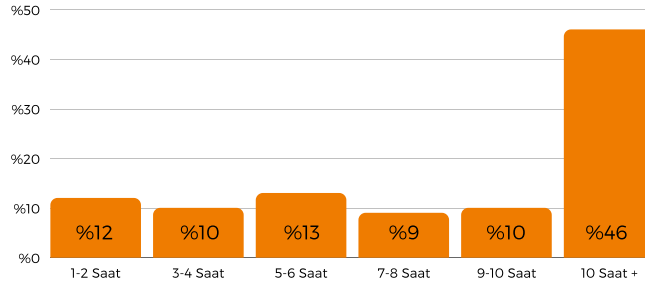
AdColony ve Nielsen'in 2021 araştırmasına ve elimizdeki verilere göre aynı 2020'deki gibi 2021'de de her yaşta kitle mobil oyun oynuyor. Türkiye'deki mobil oyuncuların demografik özellikleri ve davranış alışkanlıkları ise aşağıdaki gibi;

- Türkiye'deki yetişkinlerin %78'u mobil oyun oynuyor.
- Türkiye'deki mobil oyuncuların %52'si erkek, %48'i kadın.
- Türkiye'deki mobil oyuncuların yaş aralığının yüzdesel dağılımı:
 - 10-20 yaş arası – %28
 - 21-35 yaş arası – %44
 - 36-50 yaş arası – %29



Oyuncuların haftalık olarak mobil oyuna ayırdıkları saat ise oldukça fazla.

HAFTALIK OLARAK MOBİL OYUN OYNAMA SAATLERİ



Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

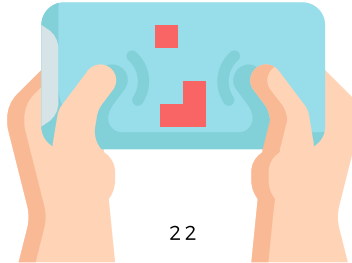
Türkiye'deki mobil oyuncuların en sevdiği oyun türü olarak ilk sırada %48 ile Puzzle/Trivia/Kelime oyunları yer alırken, geçen sene ilk sırada olan Aksiyon/Macera oyunları %37 ile 3. sraya gerilemiş durumda.

En Sevilen Oyun Türleri

Puzzle/Trivia/Kelime %48
Kart Oyunları %37
Aksiyon/Macera %37
Strateji %33
Spor/Yarış %33
Nişancı Oyunları %28
Sosyal %22
Rol Yapma Oyunları %19

Neden Mobil Oyun Oynuyorlar?

Eğlenceli Olduğu İçin %60
Rahatlattığı / Stres Azalttığı İçin %57
Özgür Hissettirdiği İçin %37
İlerleme / Geliştirme / Yaratma %30
Arkadaşlık %29

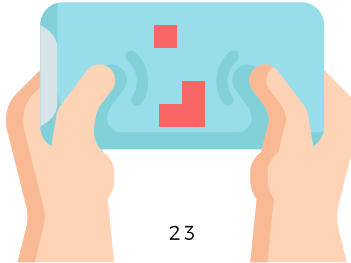


Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

Mobil oyuncuların bir oyun türünü ya da türlerini sevdiği için seçim yapmalarının dışında bir de hangi oyunu hangi oyun içi etkenlerden dolayı oynadıkları da önemli bir konu.

Hangi Oyun İçi Motivasyon Oyuncuların Seçimlerini Tetikliyor?

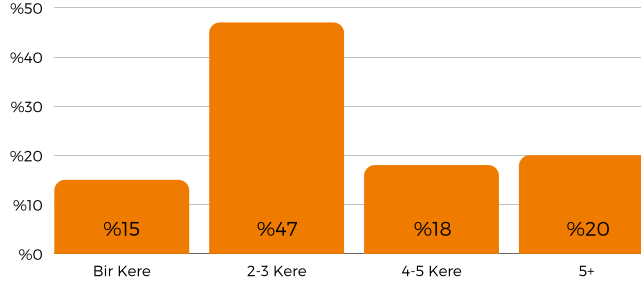
- Oyunun Ücretsiz Olarak İndirilebilmesi
- Oyun İçinde Rahatsız Etmeyecek Şekilde Reklam Olması
- Arkadaşları İle Online Oynayabilme Özelliğinin Olması
- Tek Başına Çevrimdışı Oynayabilme Özelliği Olması
- Arkadaş Edinebilmek / Chat / Sohbet Edebilmek
- Yapımcı Firmayı Bilmek ve Ona Güvenmek
- Sürekli Yenilik Getirilmesi
- Rekabet Ortamının Olması ve Bunun İyi Gösterilmesi



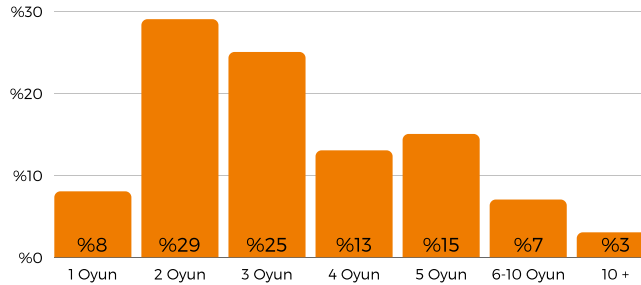
Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları



GÜNLÜK MOBİL OYUN OYNAMA SAYISI



OYNANAN MOBİL OYUN SAYISI



Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

Mobil oyuncuların kişisel ilgi alanlarına baktığımızda aslında çok fazla bir değişkenlik söz konusu değil. Müzik, Sosyal Medya Kullanımı, Televizyon artık 2. ekran konumunda. Oyuncuların %80'i TV'den program, dizi ya da bir şov izlerken de mobil oyununa devam ediyor. Sadece %20'lik bir kısım reklam aralarında oyun oynuyor.

Mobil Oyuncuların Kişisel İlgi Alanları ve Eş Zamanlı Etkinlikler

Müzik Dinlemek %67
Televizyon İzlemek %51
Sosyal Medya %46
Film/Dizi %44
Çevrimiçi Video İzlemek %33



Türkiye'de Android Oyun Dünyası

Google Play'de 158.096 oyun yayıncısı arasında **2.636'dan fazla** Türk yayıncı bulunmaktadır.

Google Play'de 424,964 oyun arasında Türk yayıncıların sunduğu **8.890'dan fazla** oyun bulunmaktadır. (2020'de bu rakam 8.055 idi.)

Türk yayıncıların Google Play'deki 8.890'ın üzerindeki oyunlarının ortalama puanı 5 üzerinden 3.97'dir (2020'de bu rakam 3.94 idi.). Bu, tüm mobil oyunların genel ortalama puanı olan 3,90'dan daha iyidir.

Türk yayıncıların oyunlarının %3'ü ücretli kategorisinde, %81'i reklam içermektedir (2020'de bu rakam %87 idi). Oyunlarının %26'sında ise uygulama içi ödemelerden yararlanılmaktadır. (2020'de bu rakam %28 idi.)

Türk yayıncıların oyunlarının sadece %21'i hem Google Play hem de App Store'da mevcuttur. (2020'de bu rakam %18 idi.)



Türkiye'de Android Uygulama Dünyası

Google Play'de 869.320 yayıncısı arasında **5.529'dan fazla** Türk yayıncı bulunmaktadır.

Google Play'de 2.757.563 uygulama arasında Türk yayıncıların sunduğu **20.000'den fazla** uygulama bulunmaktadır.

Türk yayıncıların Google Play'deki 20.000'in üzerindeki uygulamalarının ortalama puanı 5 üzerinden 3.85'tir. Bu, tüm mobil uygulamaların genel ortalama puanı olan 3,63'ten daha iyidir.

Türk yayıncıların uygulamalarının %5'i ücretli kategorisindedir ve %46'sı reklam içermektedir. Uygulamaların %14'ünde ise uygulama içi ödemelerden yararlanılmaktadır.

Türk yayıncıların uygulama dağılımına baktığımızda ise; %69'unun farklı kategorilerdeki uygulamalar, %31'inin ise oyun olduğunu görmekteyiz.



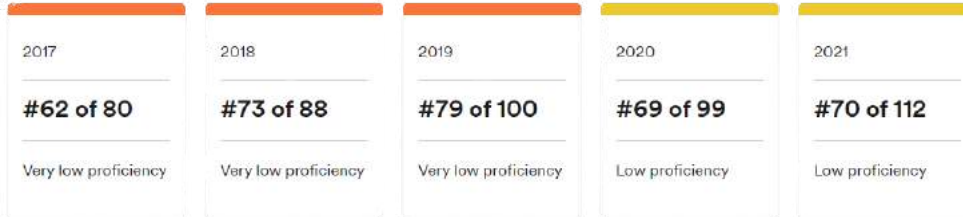
Türk Oyuncular İçin Yerelleştirme Neden Olmazsa Olmazlardan?

Education First English Language School'un, dünyanın dört bir yanından 112 ülkenin katılımıyla gerçekleştirdiği 2021 İngilizce Yeterlilik Endeksi'ne göre, Türkiye bir önceki yıla göre aynı yerde gibi.

Tabloya göre, Hollanda daha önceki yıllarda olduğu gibi, İngilizce konuşma oranında hala 1 numara. Türkiye ise 100 ülkenin yer aldığı listede 1 basamak gerileyerek 69. sıradan 70. sıraya gelmiş durumda.



Proficiency Trends



Türk Oyuncular İçin Yerelleştirme Neden Olmazsa Olmazlardan?

Türkiye 2017'de 62. sıradaydı, 2018'de ise 11 basamak gerileyerek 73. sıraya düştü. 2019'da ise 79. sırada yer bulmuştuk. 2012'de 32. sıradayken, o zamandan beri her yıl gerileme kaydeden ülkemiz 2020'de 10 basamak birden yükselmişti ama 2021'de bir basamak gerilemiş durumdayız.

Oyun sektörü ise ülkemiz için yerelleştirmenin öneminin oldukça farkında. Özellikle büyük ve orta ölçekli oyun firmaları seslendirmeden, çeviriye ve hatta oyun içi kültürel öğelere kadar birçok konuda Türk oyuncusuna seslenmeye çalışıyor.



Tabii ki yerelleştirmenin sadece çeviri ya da bir Osmanlı ögesini oyunun içine taşımak olmadığını da iyi bilmek başarı için önemli bir etken.

Oyunun içeriğine göre uzman bir ekip ile çeviri, yazım hatalarının olmaması, Öö, Çç, Şş, ı, İ, Çç, Üü, Ğğ gibi özel harflerimize uygun fontların kullanımı, metinlerin uzunluğu (arayüze yerleştirilmesi), Türkçe'mizdeki fiilin sonda olmasından dolayı cümlelerin farklı yapılarının dikkate alınması, doğru ses sanatçılarının seçimi, oyun içinde dini veya politik olarak Türk oyuncusunu rahatsız edebilecek içeriklerin çıkarılması gibi birçok detay yerelleştirmenin başarısının altındaki yatan etkenlerden sadece birkaçı diyebiliriz.



Müzik, Oyunun Vazgeçilmez Bir Parçası

SPOTIFY 2021 ÖZETİ

TÜRKİYE'DE OYUN KONSOLLARINDA EN ÇOK DİNLENENLER

Türkiye'de En Çok Dinlenen Sanatçılar

- Ezhel
- UZI
- Travis Scott
- XXXTENTACION
- cakal
- Pop Smoke
- Batuflex
- Drake
- Murda
- Lil Nas X



Türkiye'de 2021 Yılında En Çok Dinlenen Şarkılar

- Masked Wolf / Astronaut In The Ocean
- UZI / Krvn
- Lil Nas X / MONTERO (Call Me By Your Name)
- UZI / Makina
- CJ / Whoopy
- Batuflex, Lvbel C5 / ralli
- UZI / Umrumda Değil
- Cakal / Lütfen
- Ezhel / Bul Beni
- Coolio, L.V. / Gangsta's Paradise



Müzik, Oyunun Vazgeçilmez Bir Parçası

SPOTIFY 2021 ÖZETİ

TÜRKİYE'DE OYUN KONSOLLARINDA EN ÇOK DİNLENENLER

Türkiye'de 2021 Yılında En Çok Dinlenen Müzik Türleri

- Türkçe Trap Pop
- Türkçe Hip Hop
- Türkçe Pop
- Pop Rap
- Türkçe Trap
- Rap
- Trap
- Hip Hop
- Pop
- Southern Hip Hop



Türkiye'de 2021 Yılında En Çok Dinlenen Video-Oyun Soundtrack'leri

- Gustavo Santaolalla / The Last of Us
- Gustavo Santaolalla / The Last of Us Part II (Original Soundtrack)
- C418 / Minecraft - Volume Alpha
- Marcin Przybyłowicz / The Witcher 3: Wild Hunt
- Bear McCreary / God of War (PlayStation Soundtrack)
- John Paesano / Marvel's Spider-Man: Miles Morales
- Various Artists / The Music of Red Dead Redemption 2 (Original Score)
- Mick Gordon / Doom (Original Game Soundtrack)
- Hans Zimmer / Interstellar (Original Motion Picture Soundtrack)
- Johan Söderqvist / Battlefield 1 (Original Soundtrack)



Müzik, Oyunun Vazgeçilmez Bir Parçası

SPOTIFY 2021 ÖZETİ

TÜRKİYE'DE OYUN KONSOLLARINDA EN ÇOK DİNLENENLER

Oyun Sekmesi İçinde En Çok Dinlenen Spotify Çalma Listeleri

- Top Gaming Tracks
- Ultimate Pop Gaming
- Hip Hop Controller
- Power Gaming
- Ultimate Rock Gaming
- Ultra Gaming
- Retro Gaming
- Heavy Gamer
- Game On
- League of Legends Official Playlist



Türk Oyuncularının Karakteristik Özellikleri



01

30 - 40 Yaş Arası Oyuncu



02

25 - 30 Yaş Arası Oyuncu



03

18 - 24 Yaş Arası Oyuncu



04

12 - 18 Yaş Arası Oyuncu



Türk Oyuncularının Karakteristik Özellikleri

01

30 - 40 Yaş Arası Oyuncu

- Çalışıyor, iyi giyimli, 30-40 yaşında ve oyuncu.
- Tüm teknolojik araçlara sahiptir; iyi telefon, konsol, PC.
- Günlük hayatı daha çok işle geçiyor ve akşamları ailesi ile vakit geçirdikten sonra oyunlar oynuyor.
- Zamanı sınırlıdır.

02

25 - 30 Yaş Arası Oyuncu

- Çalışıyor ve spor giyim tercih ediyor, 25-30 yaş arası ve oyuncu.
- Geç uyuyor.
- Birçok platformdan oyun oynuyor.
- Ana seçimi iyi bir telefon - bilgisayar

03

18 - 24 Yaş Arası Oyuncu

- Üniversite öğrencisi, spor giyim tercih ediyor, 18-24 yaşları arasında, oyuncu.
- Dizüstü bilgisayar kullanıyor.
- Müzik dinlemeyi seviyor.
- Geç saatlere kadar uyumuyor.

04

12 - 18 Yaş Arası Oyuncu

- 12-18 yaşında ve oyuncu.
- Liseye / ortaokula gidiyor.
- Telefonda oyun oynuyor.
- Gündüz okulda ve zamanı kısıtlı.
- Erken uyur, gündüz insanı.



Türk Oyuncularının Karakteristik Özellikleri

TÜRK OYUNCULARIN OYUNLARA KARŞI BAKIŞ AÇILARI

- Görsel Bir Dünya / Farklı Görsellikte Evrenler
- Hikayesi İle İçine Çeken
- Her Tarzdan Tadın Olduğu
- Her Duygunun Üst Seviyede Yaşandığı
- Oyunların İçinde O Dünyanın Kuralları İle Ticaret Yapabilme Güzelliği
- Arkadaşlık ve Takım Olabilme
- Eğlence / Hobi
- Rekabet; Kazanmak da Var Kaybetmek de
- Prestij / Oyun İçinde Ünlü Olma
- Sürekli Yenilenen Dünyalar, Keşifler
- Hayallerindeki Dünyalarda Kahraman Olma
- Profesyonel Oyuncu Olma İmkkanı

DUYGULARI

- Heyecan
- Stres
- Zafer
- Keyif
- Kızgınlık
- Üzüntü
- Merak
- Mutluluk
- Sabırsızlık
- Hırs
- Mücadele
- Çöküş
- Sorumluluk
- Alışkanlık



Türk Oyun Sektörü Ne Durumda?

2021'i geride bırakırken, hayatımızın her alanını 2 senedir derinden etkileyen pandemi süreci, oyun sektörünü de etkilemeye devam ediyor. Senenin ilk yarısına baktığımızda 2021 gelir anlamında bir önceki seneye göre biraz daha durgundu. Hatta ilk defa dönemsel olarak karşılaştırma yaptığımızda bir düşüş ivmesi vardı. Ama son çeyrekte gene gelirler artmaya başladı.

COVID-19 ETKİSİ HER ANLAMDA DEVAM EDİYOR!



Türkiye'de Oyun Sektörü

2021, pandemi sürecinin devam ettiği, yine çoğu zaman sosyal faaliyetlerimizi gerçekleştiremediğimiz 2020'nin kopyası bir yıl oldu. 2020'de hızlanan dijitalleşme süreci 2021'de meyvelerini vermeye başladı. Bizim sektörün zaten aşına olduğu ama ana akım medyanın da ilgi göstermesi ile beraber genel olarak herkese ulaşan "Metaverse" kavramı Türkiye'de de çok ses getirdi ve sene sonuna damgasını vurdu.

Senenin ilk yarısına baktığımızda, 2021 gelir anlamında bir önceki seneye göre daha durgundu. Hatta ilk defa dönemsel olarak karşılaştırma yaptığımızda sektörel anlamda bir düşüş ivmesi yaşadık. Özellikle AAA dediğimiz üst kalite PC ve konsol oyunlarının yapım sürelerinin pandemi dolayısı ile uzaması çıkış tarihlerinin ertelenmesine neden oldu ve PC ve konsol tarafında gelir anlamında yavaşlama yaşandı.

Bizim beklentimiz 2019 ve sonrası için daha istikrarlı bir yüzde ile büyüme idi. Bu noktada, pandeminin oyun pazarındaki etkisi, bu büyümenin çoğunun 2020'de önden yüklenmesi gibi oldu. 2021'i ilk altı ayına göre değerlendirdiğimizde biraz daha stabil dengeyi sağlayıcı bir dönem yaşadık. Yılın son dönemi ise bizi yine yine şaşırttı ve gelirler arttı.



Türkiye'de Oyun Sektörü

Hyper-casual ve casual oyunlar, oyuncular için önceki senelerdeki gibi trend olurken, hardcore oyuncular son 2 senedir olduğu gibi; Battle Royale, FPS, Strateji ve MOBA oyun türlerini tercih etti.

Türkiye 2021'de mobilde; PUBG Mobile, Brawl Stars, Candy Crush Saga, ROBLOX, Clash of Clans, 101 Okey Plus, eFootball PES 2021, Mobile Legends: Bang Bang, Canak Okey, Kafa Topu 2, Okey by Peak Games, Garena Free Fire, Call of Duty: Mobile, Lords Mobile, Crasher: Origin, State of Survival ve benzeri oyunları tercih etti.

PC oyunlarında; League Of Legends, Valorant, Counter-Strike: Global Offensive, PUBG, Roblox, Minecraft, Euro Truck Simulator, Rocket League, Knight Online, Metin 2, Zula başı çeken oyunlar oldu.

Steam ile beraber, Epic Games Store, Xbox Game Pass PC, EA Play, Uplay, Origin Türk oyuncusu için önemli platformlar oldu.

Genel olarak baktığımızda sektöre yön veren ana etmen ise mobil. Mobil oyunlar, önümüzdeki yıllarda da en hızlı büyüyen segment olmaya devam edecek; 2021'de Türkiye'deki total gelirlerin 600 milyon dolardan fazlası mobil oyunlardan elde edildi.



Türkiye'de Oyun Sektörü

2021'in En Çok Dikkat Çeken Gelişmeleri

Cem Bölükbaşı - Espor'dan Gerçek Pistlere

Cem Bölükbaşı espor kariyerine I-Racing ile başladı. Ardından F1 Esports'da 70.000 kişi arasından ilk yirmiye kalarak Fernando Alonso takımına seçildi. 2017'de Abu Dabi'de dünya beşincisi, 2018'de Red Bull Toro Rosso Takımı ile dünya ikincisi oldu (espor F1'de). 2019'da Borusan Otomotiv Motorsport'un desteği ile ilk kez gerçek piste çıktı. 2021 F3 Asya Şampiyonası'nda BlackArts Racing takımı ile 15 yarışın tamamına çıktı ve toplamda 61 puan kazanarak şampiyonayı 9. sırada tamamladı. Çaylaklar klasmanında ise Ayumu Iwasa'nın ardından ikinci sırada yer aldı. Bu yükseliş ile birlikte 2022 yılında Formula 2'de Charouz Racing System takımında yarışacak.



CEM BÖLÜKBAŞI

TEMÜÇİN ÜNALP
FOUNDER & CEO - TEM AGENCY



Türkiye'de Oyun Sektörü

2021'in En Çok Dikkat Çeken Gelişmeleri

Dream Games 155 Milyon Dolar Yatırım Aldı

2019 yılında kurulan Türk oyun firması Dream Games, 2020 yılının Kasım ayında Makers Fund liderliğinde 7.5 milyon dolar yatırım almıştı. Şirket 2021 yılının Şubat ayında Ventures liderliğinde aldığı 50 milyon dolar yatırım ile değerini katladı. 2021 yılının Haziran ayında gerçekleştirilen Seri B yatırım turunda Dream Games, Index Ventures, Makers Fund, Balderton Capital, IVP ve Kora'dan toplam 155 milyon dolarlık daha yatırım almayı başardı. Böylelikle 2021 yılında 1 milyar dolar değerlemeye ulaşarak Peak Games ve Getir ile beraber Türkiye'nin yeni unicorn'u oldu. (2022 başında 255 milyon dolarlık yeni yatırım ile birlikte Dream Games'in değerlemesi ise 2,75 milyar dolar olarak açıklandı.)



SONER AYDEMİR



Türkiye'de Oyun Sektörü

2021'in En Çok Dikkat Çeken Gelişmeleri

Twitch Bit Skandalı - Türk Yayıncılar Yargı Karşısında

2021 yılının Gaming sektöründeki en önemli olaylarından biri de Twitch Türkiye'nin başı çektiği, Twitch'te kara para aklama ve bit olaylarıydı. İlk başta Knight Online forumlarında patlayan ardından Jahrein, Pqueen gibi isimler tarafından fazlasıyla duyurulan olayda birçok yayıncının Twitch Bit ile çalıntı kredi kartlarından para aklama işine karıştığı ortaya çıktı. Polisin birkaç yayıncıyı göz altına alması geleneksel basında da çokça yer aldı.



Oyun Sektöründe Yatırımlar

Startup Centrum 2021 Türkiye Startup Ekosistemi Yatırım Raporu'na göre; 2021 yılının en çok konuşulan sektörlerinden biri yine oyun sektörü oldu. 2021 yılında oyun sektöründeki 54 girişim yatırım aldı.

Ekosistemde oyun sektörü kadar sık konuşulmasa da yine sektörle her zaman ilişkisi bulunan yapay zeka çözümleri sunan 46 girişim yatırım aldı. Üçüncü sırada ise 39 tane girişimle veri & analitik alanı yer aldı.

Türkiye girişim ekosistemi 2021 yılında toplam 1,1 milyar dolar yatırım alırken bunun 266 milyon dolarlık hacmi oyun sektörüne ait. Yatırımların çok büyük bir çoğunluğu oyun stüdyolarına, özellikle de mobil oyun stüdyolarına yapılmış durumda. Dream Games tek başına toplam \$205 M yatırım aldı. Kalan 53 girişim ise toplam \$61 M yatırımı bölüştü.

2021 yılında yatırım alan 54 girişimin 48'i oyun stüdyolarından, kalan 6'sı ise blok zincir tabanlı video oyun platformundan, yapay zeka ile oyun oynayışınızı geliştiren asistanlara kadar çeşitli girişimlerden oluşuyor. Yatırım alan 48 oyun stüdyosunun ise 22'si Hyper Casual türünde mobil oyunlar üretiyor.



Oyun Sektöründe Yatırımlar 2021

Şirket	Yatırım Miktarı	Yatırımcı
Dream Games	205 Milyon Dolar	Index Ventures, Makers Fund, Balderton Capital, IVP, Kora
Libra Softworks	30 Milyon Dolar	Actera Group
Panteon	10 Milyon Dolar	Teknasyon'un Kurucu Ortakları Mustafa Vardalı, Burak Sağlık ve Mustafa Sevinç
Ace Games	7 Milyon Dolar	NfX, Kristian Segerstrale, Alexis Bonte, Kaan Cünay
hadi	5.2 Milyon Dolar	Tripledote
Brew Games	4 Milyon Dolar	Actera Group
Enucuzoyun.com	300 Bin Euro Yatırım	23 Studios
Fomo Games	17 Milyon TL	Voodoo
Publishme	%69.82 Çoğunluk Hissesi	Nazara Technologies
HEY Games	1.2 Milyon Dolar	Ludus Girişim Stüdyosu
Paxie Games	1 Milyon Dolar	Ludus Girişim Stüdyosu
Maestro Games	500 Bin Dolar Tohum - 500 Bin Dolar Pazarlama	Ludus Girişim Stüdyosu
Fortune Mine	850 Bin Dolar Ön Tohum	Ludus Girişim Stüdyosu
Stardust Games	450 Bin Dolar Ön Tohum	Ludus Girişim Stüdyosu
UDO Games	420 Bin Dolar	WePlay Ventures - Lima Ventures
Gnarly Game Studio	5 Milyon TL Değerleme Üzerinden Yatırım	WePlay Ventures
Madcraft Studios	2 Milyon TL Değerleme Üzerinden Tohum Yatırım	WePlay Ventures - Matchingam Games
Funmoth Games	10.5 Milyon TL Değerleme Üzerinden Yatırım	WePlay Ventures
Hoody Studios	1.8 Milyon TL Değerleme Üzerinden Tohum Yatırım	WePlay Ventures
Forge Games	2.6 Milyon TL Değerleme Üzerinden Yatırım	WePlay Ventures
Gorilla Softworks	2.5 Milyon TL Değerleme Üzerinden Tohum Yatırım	WePlay Ventures
Teleporter	12 Milyon Dolar Değerleme Üzerinden Yatırım	ARYA Yatırım Platformu - TR Angels - Bireysel Yatırımlar
Tiplay Studio	25 Milyon Dolar Değerleme Üzerinden 500 Bin Dolar	Re-Pie Portföy, Kerim Kotan, Saruhan Tan



Oyun Sektöründe Yatırımlar 2021

Şirket	Yatırım Miktarı	Yatırımcı
Inooster	700 Bin Dolar Yatırım	TechOne VC, Logo Ventures, APY Ventures Fintech GSYF, APY Ventures Start-up GSYF
Zerosum	Satın Alındı	Zynga
The Academics	12.5 Milyon TL Değerleme Üzerinden Yatırım	---
Abrakadabra Games	5 Milyon Dolar Değerleme Üzerinden Yatırım	WePlay Ventures
Cyroscooping Games	2.2 Milyon TL Değerleme Üzerinden Tohum Yatırım	WePlay Ventures
Hero Concept	3 Milyon Dolar Değerleme Üzerinden Yatırım	WePlay Ventures
Apphic Games	1.4 Milyon TL Yatırım	WePlay Ventures
Gulliver's Games	750 Bin Dolar Yatırım	Boğaziçi Ventures - March Capital
Fiber Games	3 Milyon TL Yatırım	Boğaziçi Ventures
Mafia Games	3 Milyon TL Yatırım	Boğaziçi Ventures
Funrika	2.75 Milyon TL Yatırım	Boğaziçi Ventures
Tosby Games	500 Bin Dolar Değerleme Üzerinden Yatırım	Keiretsu Forum Türkiye
Settings Labs	800 Bin TL Yatırım	Bireysel Melek Yatırımcılar
Ela Game Studio	1.4 Milyon Euro Değerleme Üzerinden Yatırım	Roman Kaiser (Bireysel)
Uncosoft	Satın Alındı	Rollic
Creasaur Entertainment	Satın Alındı	Rollic
Bytetyper	Satın Alındı	Rollic
Hungrı Games	1.1 Milyon Dolar Yatırım	Triple Dragon
Veloxia	3 Milyon Dolar Yatırım	Collective Spark
Tiramisu	%20'lik Hisse Alımı	Erdem Yurdanur (Bireysel)
Agave Games	Finansal Detaylar Paylaşılmadı	500 İstanbul, Akın Babayığıt (Bireysel)
Click Game Studio	Finansal Detaylar Paylaşılmadı	Netmarble Türkiye
Moon Star Games	10 Milyon TL Değerleme Üzerinden Yatırım	Bireysel Melek Yatırımcılar



Türkiye Esport Federasyonu TESFED

Röportaj

Federasyon Başkanımız'ın 2021 için Kısa Değerlendirme Notları

Oyun ve esport genç nüfusuyla öne çıkan ülkemizde çok seviliyor. Covid-19'un ilk başladığı dönemde, evde kalma sürelerinin artması oyun sektörüne olumlu yansımıştı. Önlemlerin hafifletilmesiyle birlikte 2021 yılında canlı esport turnuvaları kısmi olarak da olsa tekrar başlamış oldu.

Organizasyonlar halen kısıtlı sayıda seyirciyle ve tüm sağlık tedbirleri alındıktan sonra hayata geçirilse de yoğun ilgi gördü ve Twitch gibi online yayın platformlarındaki canlı karşılaşmalar pek çok esport sever tarafından izlendi. Oyun - marka iş birliklerinde de güzel örnekler gördük. Çünkü oyun ve esport, gerçekten de belli yaş aralığındaki hedef kitleye ulaşmak için en uygun araçlardan biri haline geldi.



ALPER AŞİN ÖZDEMİR
TESFED KURUCU
BAŞKANI / AVRUPA
ESPOR FEDERASYONU
KURUCU YÖNETİM
KURULU ÜYESİ



Türkiye Esport Federasyonu TESFED

Röportaj

Federasyon Başkanımız'ın Gözünden Önemli Başlıklar

"Global Esports Games 2022 etkinliğine ev sahipliği yapacağız. Bu, ülkemiz adına önemli bir gelişme."

"2021 yılında düzenlenen 3. Bitexen TEFED Türkiye Kupası'nda Türkiye'nin dört bir yanından 11 farklı branşta binlerce esporcu mücadele etti ve şampiyonlar birçok farklı uluslararası turnuvada ülkemizi milli takımları ile temsil etme fırsatı yakaladılar."

"Bitexen TEFED Türkiye Kupası'nın NBA2K turnuvası şampiyonu olan takımımız, Uluslararası Basketbol Federasyonu'nun düzenlediği uluslararası FIBA Esports Open Turnuvasında rakip ülkeleri eleyerek üst üste 2'nci kez şampiyon oldu."

"Esport anlamında Türkiye her geçen gün ileriye gidiyor. Bugün Galatasaray, Fenerbahçe, Beşiktaş dahil pek çok geleneksel spor kulübü artık espor branşlarını genişletiyor."



ALPER AŞİN ÖZDEMİR
TESFED KURUCU
BAŞKANI / AVRUPA
ESPOR FEDERASYONU
KURUCU YÖNETİM
KURULU ÜYESİ



Türkiye Espor Federasyonu TESFED

TESFED 2021 Yılı Faaliyetleri - TEFED Olarak 2021'de Neler Yaptık?

Yola çıkarken temel amaç, Türkiye'de esporu geliştirmek, Türkiye'yi espor alanında dünya çapında bir marka haline getirmek, uluslararası arenada alınacak başarılarla Türk bayrağını gururla dalgalandırmaktı. 2021 yılı içerisinde de bütün çalışmalarımızı ve faaliyetlerimizi bu yola çıkış amaçlarına sadık kalacak şekilde sürdürdük. Bazı örnekler vermek gerekirse;

Türkiye'nin tek resmi espor kupası olan TEFED Türkiye Kupası 2018'den beri artık bir gelenek olarak hayatlarımıza girdi ve geçen kısa sürede ülkemizde esporun gelişimine önemli katkı sağlayan bir organizasyon haline geldi. Bu yıl "Bitexen TEFED Türkiye Kupası" adıyla düzenlediğimiz kupaya ilgi her geçen yıl büyüyor. Kupa'nın bazı branşlardaki şampiyonları, geçen yıldan bu yana ülkemizi uluslararası turnuvalarda resmi olarak temsil ediyor. Aslında pandemi henüz tam anlamıyla sona ermiş olmasa da biz gerekli sağlık tedbirlerini maksimum seviyede almaya özen göstererek, çalışmalarımıza ivme kazandırdık. 14-15 Ağustos'ta İSFANBUL Tema Park'ta "Bitexen TEFED Türkiye Kupası" finallerini gerçekleştirdik. Bu yılki kupada 11 farklı branştan ülkemizin dört bir yanından binlerce esporcu mücadele etti ve şampiyonlar birçok farklı uluslararası turnuvada ülkemizi milli takımları ile temsil etme fırsatı yakaladılar.



Türkiye Esport Federasyonu TESFED

TESFED 2021 Yılı Faaliyetleri - TEFED Olarak 2021'de Neler yaptık?

TESFED Türkiye Kupası'nın NBA2K turnuvası şampiyonu olan takımımız, Uluslararası Basketbol Federasyonu'nun düzenlediği uluslararası "FIBA Esports Open" turnuvasında üst üste 2 kez ülkemizi resmi olarak temsil etti ve rakip ülkeleri eleyerek yine üst üste 2. kez şampiyon oldu.

Geçtiğimiz süreçte ülkemizde yine bir çok global esport etkinliği hayata geçirildi. İsrail Eilat'ta düzenlenen IESF Dünya Şampiyonası ve ilki Singapur'da düzenlenen GEG Dünya Şampiyonası'nda esportcularımız ülkemizi temsil etti ve milli takım olarak her 2 turnuvaya da katıldık.



Türkiye Esport Federasyonu TESFED

Röportaj

TESFED'in 2022 Stratejisi Ne Olacak?

Ülkemiz, Global Esports Federation tarafından ilki 2021 sonunda Singapur'da yapılan Global Esports Games 2022 için ev sahibi ülke olarak seçildi. Etkinliğe gelecek yıl ülkemizde ev sahipliği yapıyor olacağız. Bu, ülkemiz için önemli bir gelişme olmasının yanı sıra, dünya oyun ve esport ekosisteminin dikkatlerini ülkemize çekmek için de önemli bir fırsat niteliğindedir.

Türkiye E-Spor Federasyonu olarak tüm çabamız, esportun tabana yayılması ve ülkemizin dünyada marka haline gelmiş, sayılı esport ülkelerinden biri olması adınadır. Bu hedefimiz çizgisinde, geçen 3,5 yıllık sürecin ardından bu yıl çok daha inançlı olarak yolumuza devam edeceğiz. Bunun için Bakanlıklar nezdinde iş birliklerinden esportcuların lisanslanmasına, turnuvalardan oyun şirketleriyle ortak projelere kadar pek çok şey yapıyoruz.

Önümüzdeki 3 yılda esport ekonomisinin 5 milyar dolara yaklaşacağı tahmin ediliyor. Biz de ülke olarak bu pastadan daha büyük pay almak için oyun geliştiricilerinden yatırımcılara, oyuncularından takımlara var gücümüzle çalışmayı temel amaç edinmeliyiz. Bu yolda Federasyon olarak önümüzdeki dönemde de destekleyici ve kolaylaştırıcı rol oynamaya devam edeceğiz.



ALPER AŞİN ÖZDEMİR
TESFED KURUCU
BAŞKANI / AVRUPA
ESPOR FEDERASYONU
KURUCU YÖNETİM
KURULU ÜYESİ



Türkiye Esport Federasyonu TESFED

Röportaj

TESFED'in 2022 Stratejisi Ne Olacak?

Genç bir nüfusa sahibiz ve bu genç kitle için oyun oynamak hayatlarının bir parçası. Sadece oyuncu kitlesi olarak da düşünmemek lazım, ülkemiz artık oyunun merkezi haline gelmiş durumda. Çok ciddi oyun üreticilerimiz var, yabancı yatırımcılardan talep geliyor, ciddi satın almalar duyuyoruz.

Geçtiğimiz süreçte esport gerçekten de sadece ülkemizde değil, dünyada çok hızlı bir şekilde büyüdü ve ciddi yol kat etti. Bu büyümenin önümüzdeki yıllarda da hızlanarak artacağı aşikar. 3.5 yıl önceki esport farkındalığı ile bugünkü farkındalık arasında inanılmaz büyük bir fark olduğunu söyleyebiliriz. Artık esport bütün reklam verenlerin, belediyelerin, yayıncıların ve herkesin önceliği. Özellikle 15-25 yaş aralığındaki hedef kitleye ulaşmak isteyen herkes için en önemli araca dönüşmüş durumda.

Rakamlarla konuşmak gerekirse, eldeki son veriler Türkiye'de yaklaşık 40 milyon kişinin oyun oynadığını gösteriyor. Esportun ise ortalama 6 milyona yakın takipçisi bulunuyor. Esporta olan ilgiye rakamsal bir örnek vermek gerekirse federasyon olarak bu yıl düzenlediğimiz Bitexen TEFED Türkiye Kupası'nı 900 bini aşkın esport taraftarı izledi.



ALPER AŞŞİN ÖZDEMİR
TESFED KURUCU
BAŞKANI / AVRUPA
ESPOR FEDERASYONU
KURUCU YÖNETİM
KURULU ÜYESİ



Türkiye Esport Federasyonu TESFED

Röportaj

TESFED'in 2022 Stratejisi Ne Olacak?

Esport anlamında Türkiye her geçen gün ileriye gidiyor. Artık her üniversitede esport kulüpleri bulunuyor ve esport turnuvaları düzenleniyor. Belediyelerimiz artık esport tesislerini öncelikliyor.

Sonuç olarak esport sektörünün gelişiminin sadece bu alanda faaliyet gösterenlere değil tüm ülkemize ciddi getirisi olacaktır. Ülkemizde altyapıyı ne kadar doğru kurarsak ne kadar bilinçli adımlarla ilerlersek, o oranda başarı kazanacağımızı, dünyada bir marka esport ülkesi haline geleceğimizi ve ekosistemin tüm paydaşlarının da bundan fayda sağlayacağını söyleyebiliriz.

Federasyon olarak bizler de 2022 yılı boyunca Türk esportunun tabana yayılması ve kurumsallaşması için her türlü çabayı göstermeye devam edeceğiz. Bunun için farklı iş birlikleri ve projelerle çalışmalarımıza hız vereceğiz.



ALPER AŞŞİN ÖZDEMİR
TESFED KURUCU
BAŞKANI / AVRUPA
ESPOR FEDERASYONU
KURUCU YÖNETİM
KURULU ÜYESİ



RIOT GAMES 2021

Röportaj

Riot Games Olarak 2021'in Kısa Bir Değerlendirmesi

2021'in son aylarında Netflix'te çıkan projemiz Arcane ile eğlence dünyasını oyuncular için yeniden tanımlayan bir şirket konumuna geldik. Arcane'in çıkışı Riot için yeni bir dönemin başlangıcı oldu. Arcane, çıktığı hafta tam 38 ülkede en fazla izlenen dizi oldu, 87 Ülkede TOPIO'a girdi. Dizi, Türkiye, Kanada ve Güney Kore gibi birçok ülkede de ilk 5'e girmeyi başardı. Çıktığı hafta Tencent yayın platformu üzerinden 130 milyon izlenmeye ulaştı ve yine bu platformda en çok aranan başlık oldu. Ocak son haftası itibariyle IMDb'de 9.2 puanda yer alıyor. Oyun tarafına baktığımızda, yıllardır MOBA tarzı oyun severlerin gözdesi olmayı başarmış League of Legends, bu sene Türkiye'de 10. yılını kutlayacak. 2021 sonu itibariyle 20 milyondan fazla hesap sayısı ile ilk göz ağrımız LoL'ün ülkemizde oyuncu sayısını arttırmaya devam ettiğini gördük. 2021'de lig yayınlarımız toplam 6 milyon saatten fazla izlendi. Diğer bir taraftan League of Legends Wild Rift, mobil dünyadaki en önemli adımlarımızdan bir tanesi oldu. Başarısını kanıtlayan pek çok ödülle yılı kapattık. Hala beta sürecinde olmasına rağmen aldığı ödüller bizi çok motive ediyor. Geçtiğimiz yıl VALORANT'ın 1.yıl dönümünü kutladık. Seneyi dünyada yarım milyardan fazla karşılaşma ile kapattık. Dünyada 14 milyon aktif PC oyuncusu ile VALORANT, özellikle ülkemizde çok sevilen bir oyunumuz haline geldi. Türkiye sunucu yatırımı ile oyuncularımıza özel sunucuyu da getirerek oyun deneyimini arttırdık. Yeni ajanlar, haritalar, modlar ve oyun içi güncellemeler ile oyunun içeriği sürekli gelişmeye devam ediyoruz. Özetle 2021 yılı bizim için pek çok yeniliği keşfettiğimiz, oyuncularımıza farklı platformlarda yeni deneyimler sunduğumuz ve hedeflerimize ulaştığımız harika bir sene oldu.



ERDİNÇ İYİKÜL
RIOT GAMES
TÜRKİYE ÜLKE
MÜDÜRÜ

**RIOT
GAMES**



RIOT GAMES 2022

Röportaj

Riot Games Olarak 2022 Hedefleriniz

Riot Games olarak, özellikle son 3 yıldır oyunu merkeze alan bir eğlence şirketine evrildik. Son yıllarda adımızın sonundaki s'nin hakkını ürünler anlamında vermenin ötesinde; PC ve mobil oyunlarımızdan konsola gelen oyunlara, müzikten çizgi romana, dev etkinliklerden moda işbirliklerine geniş bir eğlence ekosisteminin parçasıyız. 2022 yılında, oyun merkezli bir eğlence şirketi olarak içeriklerimizi farklılaştırarak geniş kitleler ile bir araya gelmeye devam etmek istiyoruz. Oyunlarımızı oynayan herkesin hayatına dokunmaya, onları heyecanlandıran içerikler sağlamaya devam etmek istiyoruz.

Henüz yolun başında olmamıza rağmen, son olarak Arcane'den de aldığımız tepkilerle çok doğru bir iş yaptığımızı görmüş olduk. 2022 Riot Türkiye'nin 10. yılı olacak, ikinci on yılımıza girerken, Project L, Hytale, Valaront Mobil ve birbirinden farklı Riot Forge oyunları gibi yepyeni maceralar bizi bekliyor. Oyunlar üzerine inşa edilmiş dinamik, koskocaman bir ekosistem kuruyoruz. Tüm planlarımızı ve yapılanmamızı buna göre şekillendirmeye devam ediyoruz. Bu sebeple 2022 yılında herkesin Riot Games adını ve ürünlerini daha da fazla duyacağını rahatlıkla söyleyebilirim.



ERDİÑÇ İYİKÜL
RIOT GAMES
TÜRKİYE ÜLKE
MÜDÜRÜ

**RIOT
GAMES**



CEM BÖLÜKBAŞI

Röportaj

Neredeyse tüm oyun sektörünün görmek istediği bir masal gerçeğe dönüştü. Biliyoruz, yazılara sığamayacak kadar uzun bir hikaye ama gene de senin bakış açınla başarını hikayeni bize anlatır mısın? Nasıl başladı, şevkini kıran durumlar oldu mu? Kırılma anları nelerdi?

Hikayem babamın arkadaşlarının bendeki hız tutkusunu fark etmesi ve babama beni motokrosa yöneltmesini söylemesiyle başladı. 5 yaşında motokrosa başlayıp, 6 yaşında Türkiye şampiyonu oldum. Gerçek pistlerde yarışmak ciddi bir maddi destek gerektiriyor ve o zamanlar biz bu maddi desteği ulaşımadık. Kırılma anlarından biri bu oldu ve daha sonraki yıllarda espora yöneldim. Bu durum, şevkimi kırmadı hatta bambaşka bir alanda uzmanlık elde edip dünyada bir ilke imza atmamı sağladı.

2017'de Formula Espor Dünya Şampiyonası'na katıldım ve dünya beşincisi oldum. Formula 1 şampiyonu Fernando Alonso'nun Simracing takımına seçilen ilk sürücüyüm. 2018'de yine F1 Esports'a katılan 70 bin kişi arasından en iyi 20 yarışçıdan biri olarak, ProDraft seçmelerinde dünya birincisi oldum. Redbull Toro Rosso Formula 1 ekibine katıldım ve takımla dünya ikincisi olduk. Formula 1'in espor tarafındaki bu başarılarından sonra zaman içinde gerçek pistlerde yarışma fırsatı buldum ve sanaldaki direksiyon hakimiyetimi gerçek pistlere de taşımayı başardım. Kariyerimin diğer bir kırılma anı da sanaldan gerçeğe yazdığım hikayem. Dünyada yarış kariyerini sanaldan gerçeğe Formula 2 seviyesine taşıyan ilk yarış pilotu oldum.



CEM BÖLÜKBAŞI
FORMULA 2 DRIVER



CEM BÖLÜKBAŞI

Röportaj

Gençlerimizin espora ilgisi çok fazla. Esporcuları takip ediyorlar ve onları örnek alıp profesyonel olarak bu alanda devam etmek isteyen çok fazla gencimiz var. Şimdi ise sen, bambaşka bir alanda hepimize bir olasılığın daha olabileceğini gösterdin. Bu çok zor ve büyük bir başarı. Gençlere bu noktada ne gibi tavsiyeler vermek istersin, önerilerin ne olur?

Çok çalışmak, düzenli ve disiplinli olmak. Bu seviyeye gelirken hem okul hem de yarış kariyerim için gece gündüz çalıştım. Okul sınavlarına çalışırken espor dünya şampiyonaları için günde 8 saate varan simülasyon antrenmanları yaptım. Tüm ileri seviye spor alanlarında olduğu gibi sıfırdan belirli bir seviyeye çıkmak uzun ve zorlu bir yolculuk. Bu yolda bir sürü iniş ve çıkış olsa da temelde amaç pes etmemek ve eğlenmek olmalı. En önemlisi de sonuna gidene kadar yolculuğun her anında zorlukların da başarıların da keyfini çıkarabilmek.



CEM BÖLÜKBAŞI
FORMULA 2 DRIVER



CEM BÖLÜKBAŞI

Röportaj

Öyle bir hikaye ki, sanki “Asıl Maç Şimdi Başlıyor” dedirtiyor insana. Bundan sonra sırası ile hedeflerin nelerdir? Bizi neler bekliyor?

Küçük yaşlarımdan beri Formula 1 pilotu olmayı hayal ediyorum. Şimdi Formula 1 seviyesine bir adım kaldı. Şu anda en büyük hedefim mart sonunda başlayacak Formula 2 Dünya Şampiyonası'nda elimden gelenin en iyisini yapmak. Formula 1 ile aynı haftalarda aynı pistlerde yarışmak da apayrı bir heyecan olacak benim için. Bizi 14 hafta sonu boyunca dünyanın en iyi pistlerinde heyecan dolu yarışlar bekliyor. En büyük hayalim ise Türkiye'nin Formula 1'de yarışan ilk yarış pilotu olmak.



CEM BÖLÜKBAŞI
FORMULA 2 DRIVER



METaverse VE OYUN SEKTÖRÜ

Röportaj

İlk olarak 90'larda bilimkurgu romanlarında ortaya atılan Metaverse ile ilgili inanılmaz düzeyde büyük bir bilgi kirliliği var. Özellikle Türkiye'de yanlış anlama ya da bu akıllara kazınmaya çalışılan Metaverse kavramını yanlış algılatarak farklı işlerle haksız kazanç elde etme düşüncesi gözleniyor.

Yıllardır markalar için yaptığımız **oyun içi ürün yerleştirme ya da oyun içi reklam modelleri** haksız kazanç elde etmek isteyenler tarafından Metaverse adını aldı. Bu doğru bir yönlendirme değil. Metaverse kavramını daraltmak yanlış olur. Hayal edilen Metaverse henüz yok. Yaratılmak istenen kavram, bir online dünyalar topluluğu ve fiziksel dünya ile dijital dünyanın sınırlarını kaldırmak üzerine kurulu. Facebook'un çatı şirketi Meta platformu başta olmak üzere birçok büyük firma şu an bu konu üzerine çalışıyor

Metaverse kavramı tüm bu dünyaları tek bir yerde toplayan, kapsayan ve birleştiren merkezizsiz online bir evren olma iddiasında. Metaverse'i anlamanın en kolay yolu da filmlerden geçiyor. Bu konuda yapılmış en iyi film de Steven Spielberg'in yönettiği 2018 yapımı "Ready Player One"dır. Teknik olarak şu an kullanılan hardware ürünleri ve internet altyapısı Metaverse için uygun değil. Facebook'un tanıtımında kullandığı ya da filmlerde gördüğümüz her şey şu an da sadece kurgu. Gerçekleşecek mi bunu zaman gösterecek.

Yazının
Tamamını
Okumak İçin
Tıklayın!



OZAN AYDEMİR
CEO
GAMING IN TURKEY
OYUN VE ESPOR
AJANSI

METaverse



METVERSE VE OYUN SEKTÖRÜ

Röportaj

Metaverse için mevcut internet ve bilgisayar altyapımız müsait değil. Daha Metaverse'nin "M"sindeyiz. Şu an sanal evren için sanal gerçeklik kaskları kullanılıyor. Sanal gerçeklik kaskları, 3 boyutlu görüntüleme teknolojisi ile sanal bir ortamda hissedilmesini sağlıyor. Kasklar çok ağır, uzun süre kafamızda taşınması oldukça zor, çözünürlükleri oldukça düşük ve çoğu bilgisayara bağlı çalışmak durumunda. Ayrıca bir hissiyat ya da deneyim de çok mümkün değil, sadece olduğunuz yerdesiniz. Sanal dünyada eğilmek, kalkmak, hafif ileri geri gitmek gibi belli hareketlerle sanal dünya ya da oyunlarda limitli bir interaktif deneyim yaşıyor.

Oyun firmaları kendi dünyalarını başka sanal dünyalarla birleştiriyor ve oyundan bağımsız, filmlerdeki kahramanların oyuna dâhil edilmesi, konserler gibi oyunculara çok farklı içerikler sunuyor. Dev oyun firmaları, büyük yatırımlar yaparak başka oyun firmalarını ve oyunlarını kendi bünyelerine dâhil ediyor. Tüm bunlar dışında blockchain altyapılı oyun sistemleri de bulunmakta. Bu tarz oyunlar da oyunculara kripto altyapısı ile hem oyun oynama hem de tamamen sanal bir evrende alma, satma ve reel para kazanma imkanı sunuyor. Diğer yandan Türkiye'de de çalışmalar başladı. Yerli firmalar kripto tabanlı oyunlar yapmaya başladı ve sadece kripto altyapısına uygun hizmet verebilecek ekipler kuruldu. Türkiye'deki oyun firmalarının 2022 sonu veya 2023'de daha net ve somut adımlar göreceğimizi düşünüyorum. NFT dünyasına da yerli girişler yapıldı ve yapılmaya devam ediyor.

Oyun sektörü, eğer hayal edilen Metaverse dünyası yaratılabilirse domine edecek yegane sektör, hem de her anlamda; Eğlence, rekabet ve gelir. Oyunlar, oyunlaştırılmış dünyalar bu işin temelini oluşturuyor.

[Yazının
Tamamını
Okumak için
Tıklayın!](#)



OZAN AYDEMİR
CEO
GAMING IN TURKEY
OYUN VE ESPOR
AJANSI

METVERSE



BLOCKCHAIN VE OYUNLAR

Röportaj

Blockchain sistemi günümüz teknolojisinin en işlevsel yöntemlerinden birisidir, temel olarak tarihe bakıldığında 6000 yıl öncesine çivi yazısına kadar dayanan kriptografinin günümüz dünyasına entegrasyonu ise son derece başarılıdır. Öyle ki blockchain sistemi finans, sağlık hizmetleri, lojistik gibi birçok teknik verinin işlendiği alanlarda kullanılmaktadır. Blockchain'in hem şeffaf olması hem de güvenilir olması teknolojiyi son derece değerli kılıyor. Blockchain'in bankacılık ve finans dünyasında yarattığı etkiye paralel olarak milyar dolarlık oyun dünyasına da etkileri pozitif yönde oldu. Oyun dünyasında uzun yıllardır var olan sanal varlıkların blockchain teknolojisinin kullanımıyla birlikte işlevleri artırıldı, daha hızlı ve daha kontrol edilebilir hale getirilmiş oldu.

Mevcut oyun dünyasında yıllardır kullanılan merkezi modeller mevcut, bu modeller oyun içerisindeki tüm verilerin oyun yöneticileri tarafından kontrol edilmesine dayanıyor. Bu durum ise oyun içerisinde oyuncuların bulunan tüm varlıkların (sanal varlıklar, oyun içi eşyalar, koleksiyon vb.) veri tabanına sahip olan şirkette bağlı olması sonucunda oyuncuların aslında sahip oldukları varlıklara gerçekte sahip olamamasına neden oluyor. Blockchain teknolojisi sayesinde oyuncular hesapları ve sanal varlıkları üzerinde tam kontrole sahip olabiliyor ve bu varlıklar ile ticaret özgürlüğüne erişebiliyor. Blockchain oyunlarındaki sanal varlıkların aslında gerçek bir varlığa dönüştürülme serüveni ise bu oyunları son derece çekici kılıyor, oyun içerisindeki kartlar, karakterler, arsalar, ekipmanlar vb. sanal varlıklar NFT ya da kripto para olarak karşılık bulabiliyor. Bu durum sonucunda da oyuncular bu varlıkları elde edebilmek için oyun içerisinde daha fazla vakit geçiriyor, oynayarak para kazanma sistemi **Play to Earn** modeli olarak insanların karşısına çıkıyor.



SERHAT BEKDEMİR
KURUCU
COLLEGIATE
ESPORTS LEAGUE

IESF
EĞİTİM VE GENÇLİK
KOMİSYON BAŞKANI

BLOCKCHAIN



BLOCKCHAIN VE OYUNLAR

Röportaj

CryptoKitties, Blockchain tabanlı oyunlardan en popülerlerinden birisidir ve 2017 yılında çıkışını gerçekleştirmiştir. Oyuncular benzersiz kedi yavruları elde edebilmek için farklı özelliklere sahip kedi NFT'leri alıp bunları ister ellerinde tutabilirler ister satabilirler, bu durum tamamıyla oyuncuya bırakılmıştır. Bu NFT'ler ERC-721 standardıyla üretiliyor, bu durum ERC-20'nin tam tersidir çünkü ERC-721'de üretilen her token eşsizdir. CryptoKitties'in ERC-721 protokolünü kullanması, oyunu bu protokolü kullanan en popüler oyunlardan birisi yapıyor.

Diğer bir Blockchain tabanlı oyun olan Axie Infinity hem PvE hem de PvP olarak elinizde bulundurduğunuz Axie'leri kullanarak oyun içerisinde mücadele etme imkanı tanıyor, bu mücadelelerden de SLP (Smooth Love Potion) token'ı elde ediliyor. Axie Infinity ise Ethereum protokolünün ilk versiyonu olan ERC-20 standardını kullanmaktadır.

Her ne kadar ilk protokol olsa da kullanıcı alışkanlıkları, ortaya çıkartılan oyuna adaptasyon ve maliyetler gibi unsurlar ele alındığında ERC-20 ve ERC-721 günümüzde blockchain oyunlarının temelini oluşturmaktadır. Öte yandan ERC-1155 ise ERC-721'in aksine her işlem için tek bir işlem almak yerine tek seferde birçok işleme izin verebilmektedir, dolayısıyla ERC-1155, ERC-721'e göre daha uygun ve verimlidir. Tüm bu süreçler ele alındığında blockchain teknolojisinin arkasında dünyayı değiştirebilecek bir güç olduğu öngörülebilir.



SERHAT BEKDEMİR
KURUCU
COLLEGIATE
ESPORTS LEAGUE

IESF
EĞİTİM VE GENÇLİK
KOMİSYON BAŞKANI

BLOCKCHAIN



BLOCKCHAIN VE OYUNLAR

Röportaj

AAA seviyesinde oyunlar sunan büyük oyun şirketleri ise NFT özelinde yatırımlar yapmaya başladı. Ubisoft Aralık 2021'de Blockchain teknolojisi kullandığı Ubisoft Quartz'ı duyurdu.

Şirket tarafında proje yöneticilerinden Nicolas Pouard ve Didier Genevois sistemlerini, tamamlanan bir oyun sonrasında elde edilen item, kıyafet ya da ekipmanların Quartz üzerinden satılabilmesi olarak açıkladılar.

Bu durum sayesinde zaten mevcut olan sanal varlıkların oyun içerisinde takas edilebilmesi daha da geniş bir yelpazeye yayılabilecek, dolayısıyla yalnızca bir oyun özelindeki varlık başka oyunlara da blockchain teknolojisi kullanılarak aktarılabilir.



SERHAT BEKDEMİR
KURUCU
COLLEGIATE
ESPORTS LEAGUE

IESF
EĞİTİM VE GENÇLİK
KOMİSYON BAŞKANI

BLOCKCHAIN



OYUNLARDA AI YAPAY ZEKA

Röportaj

Algılama, düşünme ve eylem yeteneklerine sahip bilgisayar sistemleri olan yapay zeka, artık günümüzde neredeyse oyunların vazgeçilmez bir parçası haline geldi. AI, oyunlarda çeşitli şekillerde uygulanabilir: "eğlenceyi iyileştirmek" tarafı ile oyunu oyuncu için ilginç hale getirirken, "geliri iyileştirmek" tarafı ile oyun stüdyoları ve yayıncılar için iyileştirebilir.

Hiç kimse çok kolay, çok zor ve sıkıcı rakiplere karşı oynamayı sevmez. Tüm bunlardan kaçınmak için AI kullanılabilir. AlphaGo gibi pekiştirici öğrenmeye (reinforcement learning) dayalı botlar, AI'nın hem insan oyuncuları yenebileceğini hem de onlara meydan okuyarak ve oyunu ilginç hale getirerek gelişmelerine yardımcı olabileceğini kanıtladı.

Yapay zeka tabanlı botlara sahip olmanın bir yararı da, genellikle birçok farklı eylem dizisini deneyerek öğrenmeleridir; bu sayede AI sistemleri birçok farklı kombinasyonu bağımsız olarak deneyebilir ve "Bug" dediğimiz hataları daha kolay tespit edebilir.

Oyun endüstrisi metaverse, NFT'ler ve "play-to-earn" ile gelişirken, yapay zeka daha önce çok keşfedilmemiş alanlarda daha fazla kullanılabilir: Sürekli seviye ve içerik tasarımı gerektiren arcade oyunlarında, oyuncunun stilini anlamak ve bir level için kullanılacak yapı taşlarını oyuncu için daha zorlayıcı şekilde düzenlemek için AI kullanılabilir. Kullanıcının eylemlerine uyarlanabilir bir oyun, hikaye anlatımı ve hatta bir diyalog tasarımı için AI sistemlerinden yararlanabilirsiniz.

Yazının
Tamamını
Okumak İçin
Tıklayın!



OĞUZ SİLAHTAR
CO-FOUNDER & CEO
UAHERO
(TARENTUM AI)



OYUNLARDA AI YAPAY ZEKA

Röportaj

Peki ya oyunlardaki gelir döngüsüne etkisi? Geliri iyileştirmek söz konusu olduğunda AI sistemleri size yardımcı olmada büyük bir rol oynayabilir:

Yapay zeka kullanarak "churn" edebilecek kullanıcıların türlerini öğrenerek indirim paketleri veya oyun için paketler sunma gibi gerçek zamanlı stratejiler oluşturarak olası oyuncu kayıplarını engelleyebilirsiniz.

LTV tahmini, Kullanıcı Edinme için kritik öneme sahiptir. İstatistiksel çıkarım ve yapay öğrenme yöntemleri kullanarak, bağlamsal ve davranışsal verilerle birlikte erken dönem gelir bilgilerini (1. gün, 2. gün, 3. gün) kullanarak modeller geliştirebilir, uzun vade (1 aydan 1 yıla kadar gibi) gelirini tahmin etmede kullanabilir ve finansal yapınızı daha doğru planlayabilirsiniz.

AI sistemlerini, kampanyaları optimize ederken, tümü makine öğrenimi yardımıyla tahmin edilen ROAS, indirilme sayıları ve retention metriklerine dayanarak kampanya bütçeleri ayarlama ve teklif stratejilerini optimize ederken karar destek sistemi ya da otomasyon olarak kullanabilirsiniz. Ayrıca, kampanyanın hacmini arttırırken iyi bir gelir sağlayan uygulanabilir ROAS hedeflerini anlamak için de AI sistemlerinden faydalanabilirsiniz. AI ayrıca mevcut reklam öğelerinin performansının değerlendirilmesine size yardımcı olabilir ve başarılı reklam öğeleri tasarlama konusunda faydalı iç görüler sağlayabilir.

Yazının
Tamamını
Okumak için
Tıklayın!



CEM ORHAN
HEAD OF AI
UAHERO
(TARENTUM AI)

AI



2020



2021

**Türkiye Oyun
Sektörü 2020
&
Türkiye Oyun
Sektörü 2021
Karşılaştırması!**





NÜFUS

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

• 2020 Türkiye Nüfusu: **83.614.362**

• **%22,8** 0 - 14 Yaş

• **%67,7** 15 - 64 Yaş

• **%9,5** 64 Yaş ve Üzeri



• 2021 Türkiye Nüfusu: **84.680.273**

• **%22,4** 0 - 14 Yaş

• **%67,9** 15 - 64 Yaş

• **%9,7** 64 Yaş ve Üzeri

2020

2021

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)



İNTERNET KULLANICILARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- İnternet Kullanıcıları:
66.055.000+



- İnternet Kullanıcıları:
70.000.000+

- Nüfusun %79'u
internete bağlı

* 16-74 yaş grubundaki bireyler

* Evden internete erişim imkanı %90,7

* Cinsiyete göre İnternet kullanım oranı
Erkek %84,7 - Kadın %73,3

2020

- Nüfusun %82,6'sı
internete bağlı

* 16-74 yaş grubundaki bireyler

* Evden internete erişim imkanı %92

* Cinsiyete göre İnternet kullanım oranı
Erkek %87,7 - Kadın %77,5

2021

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)



SOSYAL MEDYA KULLANICILARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

• Aktif Sosyal Medya Kullanıcıları: **55.000.000**

- 16-64 yaş arası internet kullanıcılarının her gün sosyal medyada geçirdikleri ortalama süre **2 Saat 57 Dakika**

2020



• Aktif Sosyal Medya Kullanıcıları: **65.000.000+**

- 16-64 yaş arası internet kullanıcılarının her gün sosyal medyada geçirdikleri ortalama süre **2 Saat 27 Dakika**

- Facebook: 42 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Youtube: 60 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Instagram: 64 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Tiktok: 27 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Twitter: 16.5 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Snapchat: 13 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Twitch TV: Aylık 5.7 Milyon Tekil İzleyici

2021



MOBİL KULLANICILAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- Mobil Kullanıcılar: **82.800.000+**
- **%99,6** Mobil / Nüfus
- **%75 -80** Akıllı Telefon / Mobil
- Akıllı Telefon Kullanıcıları:

55.500.000 (+ / -)

- 4.5G Abone Sayısı: 76.5 Milyon
- 3G Abone Sayısı: 4.4 Milyon

2020



- Mobil Kullanıcılar: **87.000.000+**
- **%104** Mobil / Nüfus
- **%75 -80** Akıllı Telefon / Mobil
- Akıllı Telefon Kullanıcıları:

Cihazı ve SIM kartı 4.5G hizmetine uygun olan abone sayısı

59.000.000 (+ / -)

- 4.5G Abone Sayısı: 80.8 Milyon
- 3G Abone Sayısı: 4.1 Milyon
- Diğer: 2G ve M2M

2021



OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

• Oyuncular: **36.000.000+**

• Toplam Oyuncu Hasılatı:

880.000.000 USD (+ / -)

- Mobil: 450.000.000 USD (+ / -)

- PC: 230.000.000 USD (+ / -)

- Konsol: 200.000.000 USD (+ / -)

1 Dolar = 7,0234 TL

2020



• Oyuncular: **42.000.000+**

• Toplam Oyuncu Hasılatı:

1.200.000.000 USD (+ / -)

- Mobil: 620.000.000 USD (+ / -)

- PC: 300.000.000 USD (+ / -)

- Konsol: 280.000.000 USD (+ / -)

1 Dolar = 8,9 TL

2021



OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

Oyuncular Dağılımları (Tahmini)

• **MOBİL:** 35 Milyon Oyuncu



• **PC:** 22 Milyon Oyuncu



• **KONSOL:** 17 Milyon Oyuncu



• **MOBİL:** 40 Milyon Oyuncu

• **PC:** 24 Milyon Oyuncu

• **KONSOL:** 20 Milyon Oyuncu

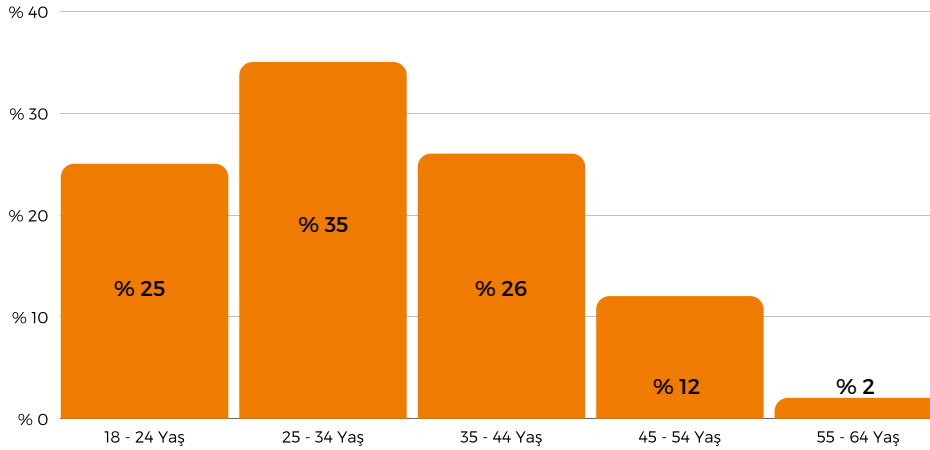
2020

2021



YAŞA GÖRE OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



Yaşa Göre Oyuncular 2020

18 - 24 yaş	% 24,7
25 - 34 yaş	% 33,4
35 - 44 yaş	% 27,4
45 - 54 yaş	% 10,8
55 - 64 yaş	% 3,7

Yaşa Göre Oyuncular 2021

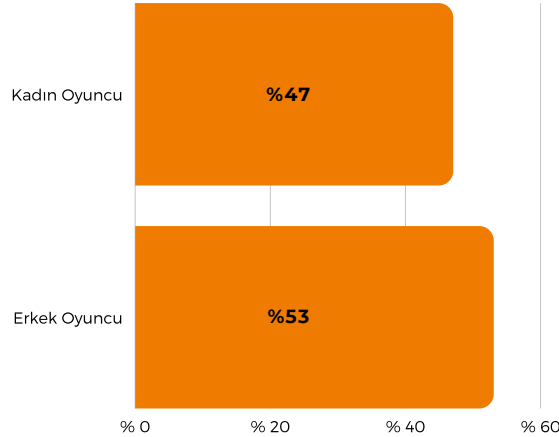
18 - 24 yaş	% 25
25 - 34 yaş	% 35
35 - 44 yaş	% 26
45 - 54 yaş	% 12
55 - 64 yaş	% 2

2021



CİNSİYETE GÖRE OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

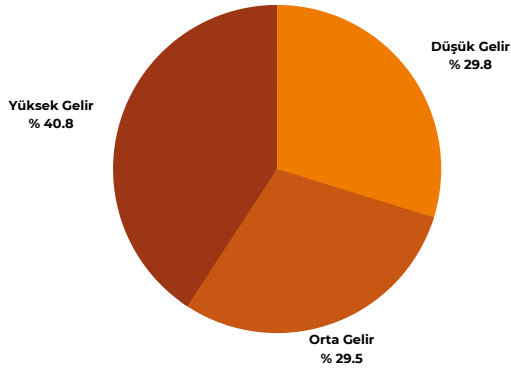


2021

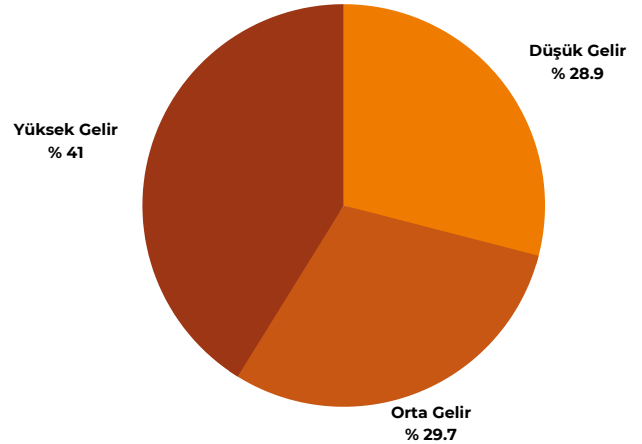


GELİRE GÖRE OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



2020



2021



TOP 15 MOBİL OYUN - ÜCRETSİZ OYUNLAR İNDİRME

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



1	PUBG Mobile - Tencent	9.000.000 +
2	Brawl Stars - Supercell	6.000.000 +
3	Subway Surfers - Sybo	6.000.000 +
4	PK XD - Movable	6.000.000 +
5	Going Balls - Supersonic	5.500.000 +
6	UNO by Mattel 163 - Mattel 163	5.500.000 +
7	ROBLOX - Roblox	5.000.000 +
8	Among Us! - InnerSloth	5.000.000 +
9	Kafa Topu 2 - Masomo	5.000.000 +
10	Tiles Hop: EDM Rush - Amamotes	5.000.000 +
11	Candy Crush Saga - King	4.750.000 +
12	Bridge Race - Supersonic	4.750.000 +
13	Phone Case DIY - Crazy Labs	4.500.000 +
14	My Talking Tom Friends - Outfit7	4.500.000 +
15	Hair Challenge - Rollic	4.500.000 +



TOP 15 MOBİL OYUN - GELİR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



1	PUBG Mobile - Tencent	19.000.000 USD +
2	101 Okey Plus - Zynga	13.000.000 USD +
3	Crasher: Origin - 4399 Games	10.000.000 USD +
4	Mobile Legends: Bang Bang - Moonton	9.700.000 USD +
5	Free Fire - Garena	9.500.000 USD +
6	Brawl Stars - Supercell	9.000.000 USD +
7	Lords Mobile - ICG	8.000.000 USD +
8	Call of Duty: Mobile - Activision Publishing, Inc.	7.500.000 USD +
9	State Of Survival - KingsGroup	7.000.000 USD +
10	ROBLOX - Roblox Corporation	6.500.000 USD +
11	Hero Wars - NEXTERS GLOBAL LTD	6.000.000 USD +
12	Fun Okey 101 - Quick Game	5.750.000 USD +
13	Clash Of Clans - Supercell	5.500.000 USD +
14	Game Of Sultans - Mechanist	5.000.000 USD +
15	Top War: Battle Game - Topwar Studio	5.000.000 USD +



TOP 15 MOBİL OYUN - ÜCRETLİ OYUNLAR İNDİRME

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



1	Minecraft Pocket Edition - Mojang	75.000 +
2	Hitman: Sniper - SQUARE ENIX	45.000 +
3	Mesih - Fatih Beceren	45.000 +
4	Construction Simulator 2014 - Astragon	35.000 +
5	RFS - Real Flight Simulator - RORTOS	30.000 +
6	The Sun Origin: Post-apocalyptic	30.000 +
7	Earn To Die - Not Doppler	25.000 +
8	Football Manager 2021 - SEGA	20.000 +
9	Grand Theft Auto: San Andreas - Rockstar Games	20.000 +
10	Plague Inc - Ndemic Creations	20.000 +
11	Grand Theft Auto: Vice City - Rockstar Games	15.000 +
12	Justice Gun 2 - Rigbak	13.000 +
13	Earn To Die 2 - Not Doppler	12.000 +
14	Real Steel - Reliance Anil Dhirubhai Ambani Group	10.000 +
15	Geometry Dash - RobTop	10.000 +



TOP 15 MOBİL OYUN - ÜCRETLİ OYUNLAR GELİR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



1	Minecraft Pocket Edition - Mojang	850.000 USD +
2	Football Manager 2021 - SEGA SAMMY	190.000 USD +
3	Football Manager 2022 - SEGA SAMMY	80.000 USD +
4	Grand Theft Auto: San Andreas - Take Two Interactive	80.000 USD +
5	Farming Simulator 20 - Giants Software	75.000 USD +
6	Space Shooter : Galaxy Attack - OneSoft	70.000 USD +
7	Rfs - Real Flight Simulator - RORTOS	40.000 USD +
8	Grand Theft Auto: Vice City - Take Two Interactive	40.000 USD +
9	Hitman: Sniper - SQUARE ENIX	30.000 USD +
10	Tank Hero - Siege Camp	20.000 USD +
11	Stardew Valley - Chucklefish	20.000 USD +
12	Red Ball 4 - FDG Entertainment	20.000 USD +
13	Bloons TD 6 - Ninja Kiwi	20.000 USD +
14	Construction Simulator 2014 - Astragon	17.500 USD +
15	Goat Simulator - Embracer Group	17.500 USD +



2021'İN EN POPÜLER TÜRK YAPIMI MOBİL OYUNLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

Yatırım ve/veya satın alım öncesi Türk Yapımı Oyunlar da Listeye Dahil Edilmiştir.

- Kafa Topu 2 - Masomo / Miniclip
- 101 Okey Plus - Peak Games / Zynga
- Hair Challenge - Rollic
- Bus Simulator - Zuuks Games
- Words Of Wonders - Fugo
- Truck Simulator : Ultimate - Zuuks Games
- Truck Simulator 2018 - Zuuks Games
- Traffic Racer - Soner Kara
- Paper Fold - Good Job Games
- Traffic Rider - Soner Kara
- Batak: Card Game like Spades - Fuzzy Mobile Games
- TRT Bil Bakalım - Turkish Radio and Television Corporation
- Fashion Battle - Apps Information Technologies
- Arrow Fest - Rollic
- TRT Çocuk Kitaplık - Turkish Radio and Television Corporation
- Wordhane - Word Search Puzzle - Aybars Yalçın
- Drift Max Pro - Tiramisu



TÜRKİYE'DE EN ÇOK İNDİRİLEN MOBİL UYGULAMALAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



1	E-Nabiz - Ministry Of Transport, Maritime and Communications	14.000.000 +
2	TikTok - ByteDance	13.000.000 +
3	Getir - Getir	13.000.000 +
4	HES - Life At Home - Turkey Ministry Of Health	13.000.000 +
5	Trendyol - Trendyol	12.000.000 +
6	Instagram - Instagram	11.000.000 +
7	MHRS - Turkey Ministry Of Health	10.500.000 +
8	WhatsApp Messenger - WhatsApp	10.500.000 +
9	Telegram - Telegram	9.000.000 +
10	E-Devlet - Ministry Of Transport, Maritime and Communications	9.000.000 +
11	Yemek Sepeti - Yemeksepeti	9.000.000 +
12	Hepsi Burada - Hepsiburada	8.500.000 +
13	Facebook - Meta	7.500.000 +
14	CapCut- ByteDance	7.500.000 +
15	Snapchat - Snap	7.000.000 +



TÜRKİYE'DE EN ÇOK HARCAMA YAPILAN MOBİL UYGULAMALAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



1	TikTok - ByteDance	15.000.000 USD +
2	Azar - Hyperconnect	12.000.000 USD +
3	LivU - Riley Cillian	10.000.000 USD +
4	Tango Live - Tangome	9.000.000 USD +
5	BIGO LIVE - BIGO	8.000.000 USD +
6	Live Chat - Riley Cillian	7.000.000 USD +
7	Tinder - Match Group	6.000.000 USD +
8	Connected2.me - C2M	5.500.000 USD +
9	Yalla - Yalla	5.500.000 USD +
10	YouTube - Google	3.000.000 USD +
11	CuteU - Asia Innovations	2.500.000 USD +
12	Lamour - Asia Innovations	2.500.000 USD +
13	letgo - letgo	2.000.000 USD +
14	Bermuda - Bermuda Inc	2.000.000 USD +
15	Storytel - Storytel	2.000.000 USD +



2021'DE EN ÇOK TERCİH EDİLEN PC OYUNLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- Age of Empires IV
- Among Us
- Apex Legends
- Arma 3
- Assassin's Creed Odyssey
- Assassin's Creed Valhalla
- Assetto Corsa
- Back 4 Blood
- Baldurs Gate
- Battlefield 1
- Battlefield 2042
- Battlefield V
- Black Desert Online
- Borderlands 3
- Brawlhalla
- Business Tour
- Call of Duty: Black Ops 4
- Civilization VI
- Counter-Strike
- Counter-Strike: Global Offensive
- Crab Game
- Cyberpunk 2077
- Dead by Daylight
- Death Stranding
- Destiny 2
- DEVOUR
- Don't Starve Together
- Doom Eternal
- Dota 2
- Dying Light
- eFootball PES 2020
- eFootball PES 2021
- eFootball PES 2021 Season Update
- Escape From Tarkov
- Euro Truck Simulator 2
- Europa Universalis IV
- F1 2020
- Fall Guys
- Far Cry New Dawn
- Feign
- FIFA 21
- FIFA 22
- Football Manager 2020
- Football Manager 2021
- Fortnite
- Forza Horizon 4
- Frostpunk
- Garry's Mod
- Grand Theft Auto V
- Hades
- Halo: Infinite





2021'DE EN ÇOK TERCİH EDİLEN PC OYUNLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- Hearts of Iron IV
- Human: Fall Flat
- It Takes Two
- League of Legends
- Left 4 Dead 2
- Mafia: Definitive Edition
- Metin2
- Monster Hunter World
- Mortal Kombat 11
- Mount & Blade II: Bannerlord
- Mount & Blade: Warband
- Muck
- NBA 2K20
- Need For Speed Heat
- New World
- Paladins
- PAYDAY 2
- Phasmophobia
- PUBG: BATTLEGROUNDS
- Pummel Party
- Raft
- Ready Or Not
- Red Dead Redemption 2
- Resident Evil Village
- RISK: Global Domination
- Roblox
- Rocket League
- Rust
- Sea of Thieves
- Sekiro
- Star Wars Jedi Fallen Order
- Stardew Valley
- Stick Fight: The Game
- Super People
- Team Fortress 2
- The Crew 2
- The Forest
- The Witcher 3: Wild Hunt
- Tom Clancy's Rainbow Six: Siege
- Tower Unite
- Unturned
- Valheim
- Valorant
- Vampire: The Masquerade
- War Thunder
- Warframe
- Wolfteam
- World Of Warcraft
- Zula





2021'DE EN ÇOK TERCİH EDİLEN PC OYUN TÜRLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



Shooter - FPS



Strateji



Adventure



Sandbox



Battle Royale



Yarış



Role-Playing



Platform



Spor



Arcade





2021'DE EN ÇOK TERCİH EDİLEN KONSOL OYUNLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- Among Us
- Apex Legends
- Assassin's Creed Valhalla
- Battlefield 1
- Battlefield 2042
- Battlefield V
- Brawlhalla
- Call of Duty: Black Ops 4
- Call of Duty: Black Ops Cold War
- Call of Duty: Black Ops III
- Call of Duty: Modern Warfare
- Call of Duty: WWII
- Days Gone
- Destiny 2
- EA Sports UFC 3
- eFootball 2022
- eFootball PES 2020
- F1 2020
- Fall Guys
- FIFA Series (20-22)
- Fortnite
- Forza Horizon 4
- Forza Horizon 5
- Genshin Impact
- Ghost of Tsushima
- God of War (2018)
- Gran Turismo Sport
- Grand Theft Auto V
- Horizon Zero Dawn
- It Takes Two
- Marvel's Spider-Man
- Minecraft
- Mortal Kombat 11
- Mortal Kombat X
- NBA 2K21
- NBA 2K22
- Need for Speed
- Overwatch
- PUBG: BATTLEGROUNDS
- Red Dead Redemption 2
- ROBLOX
- Rocket League
- Shadow of the Tomb Raider
- Star Wars Battlefront II (2017)
- Tom Clancy's Rainbow Six: Siege





DÜNYA GELİR SIRALAMASINDA TÜRKİYE

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- Dünya Sıralaması - Total

18 - 19

- Dünya Sıralaması - Mobil

18 - 19

2020



- Dünya Sıralaması - Total

18

- Dünya Sıralaması - Mobil

18

2021



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- 2K Games
- 4399
- 89Trillion
- Ahoy Games
- Amanotes
- AMZG
- AppQuantum
- AppQuiz
- Apps Information Tech.
- Arenanet
- Arkane Studios
- Ascella Mobile
- Astragon
- AxisinMotion
- Ayasis
- Aybars Yalcin
- Azur Interactive Games
- Bandai Namco
- Beach Bum
- Beauty Salon Studio
- Bee Games
- Bethesda
- Better World Games
- Bioware
- Blizzard/Activision
- Boke
- BoomHits
- Bubadu
- ByteDance
- Candivore
- Capcom
- CD Projekt Red
- Chess Prince
- Chess.com
- Coda Platform
- ConcernedApe
- COWON
- Crazy Labs
- Crytek
- Critical Force
- Cubinet
- Daily Innovation
- Deep Silver
- Devolver Digital
- Dream Games
- Dress Games for Girls
- EA Games
- Easybrain
- Epic Games
- Etermax
- Facepunch Studios
- Fanatee
- FDG Entertainment
- Fidget Dev
- Fingersoft
- Firaxis Games
- First Touch
- Follow Circles
- ForgeGames
- FromSoftware
- Fugo
- Gamebasics
- Gameforge
- Gameloft
- Garena Online
- Gartic
- Grinding Gear Games
- Good Job Games
- Googame
- Habby
- Halfbrick
- He2 Apps
- HeadUpGames
- Hinterland Games
- Homa
- IGG
- Ilyon Dynamics
- Imangi
- Innersloth
- iPoseidon
- Ketchapp
- King
- KingsGroup
- Klei Entertainment
- Kojima
- Konami
- Kolibri Games
- Kooapps
- Krafton Game Union
- KRAFTON, Inc.
- Larian Studios
- Lilith Games
- Lion Studios
- Lokum
- Lowtech Studios
- Lunime
- Magic Tavern
- Maksim Gamarnik
- Marul Games
- Masomo
- Matchingham Games
- Mattel 163
- Mechanist
- Mediocre
- miHoYo
- Miniclip
- MNO GO APPS
- Mojang



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- Moon Studios
- Moonton
- Mobile
- Mynet
- Naughty Dog
- Ndemc Creations
- Nekki
- Neron's Brother
- Netease
- Netmarble
- NEXON
- New Star Games
- Nfinity Games
- Niantic
- Nika Entertainment
- Nintendo
- Nordeus
- Not Doppler
- Obsidian Entertainment
- Olzhass
- Onemt
- OneSoft
- Orange Studios Games
- Outfit7
- Panoramik Games
- Paradox Interactive
- Paradyme
- Playgendary
- Playmax Game Studio
- Pearl Abyss
- Playrix
- Psyonix
- Psyonix LLC
- Popcore
- Quick Game
- Relic
- Rollic
- Riot Games
- Roblox Cooperation
- Rockstar
- Rovio Entertainment
- RORTOS
- SCS Software
- SayGames
- SEGA
- SeyeonSoft
- Small Giant Games
- smSoft
- SNG ICT
- Social Point
- Soner Kara
- Sony Interactive
- StarUnion
- Square Enix
- Studio Wildcard
- Submarine Apps
- Supercell
- Supergiant Games
- Supersonic
- Sybo
- TapBlaze
- TapNation
- Techland
- Techland
- Tencent
- tinyBuild
- Tiramisu
- Toca Boca
- Top Games
- Topwar Studio
- Ubisoft
- Unico Studio
- Unreal Games
- VERTIGO GAMES
- Valve
- Wargaming
- Wildlife Studios
- Voodoo Games
- Warner Bros. Interactive
- Wooga
- Word Game Studio
- Xbox Game Studios
- X-Flow
- Yalla Game
- Your Story Interactive
- Z&K Games
- Zakeh
- Zego Studio
- Zenlife
- ZPLAY
- Zynga
- Zuuks Games



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

ŞİRKET

- Abrakadabra Games
- Ace Games
- Aden Games
- Agave Games
- Alictus
- Alper Games
- Alfish Games
- Any Games
- Apphic Games
- ArcadeMonk
- Arsh Game Studio
- Aryas Games
- Axell Studio
- Babil Studios
- Backpack Games
- Berzah Games A.Ş.
- Bigger Games
- Blackburne Games Yazılım A.Ş.
- Black Coco
- Blended Games
- Brew Games
- BoomHits

WEB SİTESİ

<https://abrakadabra.com.tr/>
<https://ace.games/>
<https://www.adengames.com/>
<http://www.agave.games/>
www.alictus.com
www.alpergames.com
<http://www.alfgames.com/>
<https://www.anygames.io/>
www.apphicgames.com
www.arcademonk.com
www.arshgames.com
www.aryasgames.com
www.axellstudio.com
www.babilstudios.com
www.backpack.games
www.berzahgames.com
<https://biggergames.com/>
<https://exnaturathegame.com/>
www.blackcoco.net
<https://blendedgames.com/>
<https://www.brew-games.com/>
<https://boomhits.com/>

E-POSTA

info@abrakadabra.com.tr
info@ace.games
info@adengames.com
contact@agave.games
hello@alictus.com
info@alpergames.com
studio@alfgames.com
hello@anygames.io
info@apphicgames.com
businessdevelopment@arcademonk.com
info@arshgames.com
aryasgames.com/contact
info@axellstudio.com
info@babilstudios.com
info@backpack.games
info@berzahgames.com
info@biggergames.com
contact@blackburne.games
contact@blackcoco.net
ilke@blendedgames.com
info@brew-games.com
<https://boomhits.com/>



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

ŞİRKET

- Bytetyper
- CatPath
- Click Game Studio
- Clown Games
- Crania Games
- Crealode Games
- Creasaur Entertainment
- Crescive Games
- Coconut Game
- Cool Pigz
- Dalak Games
- Digitoy Games
- Dream Games
- Ela Game Studio
- Elite Game Studio
- Enrich Games
- enny Games
- Erik Games
- Fabrika Games
- Fiber Games
- Fomo Games
- Forge Games

WEB SİTESİ

<http://bytetyper.com/>
[www.cataeon.com](http://cataeon.com)
<https://clickgamestudio.com/>
www.clown.gs
www.craniagames.com
www.crealodegames.com
www.creasaur.net
www.crescivegames.com
<http://www.coconutgame.com/>
<https://coolpigz.io/>
<http://dalakgames.com/>
www.digitoy.games
www.dreamgames.com
<http://www.elagamestudio.com>
www.ingamegroup.com
www.enrichgames.com
<https://ennygames.com/>
www.erikgames.com
www.fabrikagames.com
www.fibergames.com.tr
<https://fomo.gs/>
<https://forgegames.co>

E-POSTA

<https://bytetyper.com/>
cataeon.com
info@clickgamestudio.com
hello@alictus.com
support@craniagames.com
contact@crealodegames.com
info@creasaur.net
hello@crescivegames.com
coconut.coconutgame.com
<https://coolpigz.io/>
egemen@dalakgames.com
support@digitoygames.com
info@dreamgames.com
info@elagamestudio.com
contact@ingamegroup.com
hi@enrichgames.com
<https://ennygames.com/contact>
info@erikgames.com
contact@fabrikagames.com
info@fibergames.com.tr
hello@fomo.gs
info@forgegames.co



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

ŞİRKET

- Fortune Mine
- FoxPider Games
- Fugo Games
- Funika Games
- Funrika
- Funmoth Games
- Funpac (Mynet)
- Gamebit Studio
- Gamegos
- Gameguru
- GameHub
- Gamester
- Gametator
- Gamikro
- Garawell Games
- Gigantic Games
- Gnarly Game Studio
- Good Job Games
- Gorilla Softworks
- Gram Games
- Günay Studio
- Gulliver's Games

WEB SİTESİ

<https://fortunemine.com/>
<https://www.foxpidergames.com/>
www.fugo.com.tr
www.funikagames.com
<https://www.funrika.com/>
www.funmoth.com
www.funpac.com
www.studiogamebit.com
<https://www.gamegos.com/>
www.gameguru.net
www.gamehub.gs
www.gamester.com.tr
<https://www.gametator.com/>
www.gamikro.com
<https://www.garawell.com/>
<https://gigantic.gs/>
www.gnarlygamestudio.com
www.goodjobgames.com
<http://gorillasoftworks.com/>
www.gram.gs
www.gunaystudio.com/tr/
<https://gullivers.games/>

E-POSTA

contact@fortunemine.com
foxpidergames@gmail.com
info@fugo.mobi
info@funikagames.com
info@funrika.com
info@funmoth.com
hr@funpac.com
contact@studiogamebit.com
info@gamegos.com
hello@gameguru.net
info@gamehub.gs
<https://www.gamester.com.tr/contact>
letgamebegin@gametator.com
info@gamikro.com
info@garawell.com
<https://gigantic.gs/>
info@gnarlygamestudio.com
contact@goodjobgames.com
info@gorillasoftworks.com
other@gram.gs
info@gunaystudio.com
gullivers.games/



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

ŞİRKET

- Gybe Games
- Gyroscoping Games
- hadi
- Hammurabi Games
- He2 Apps
- Heisen Games
- Hero Concept
- Hero Games
- HES Games
- Hey Games
- Hifive Games
- Hoody Studios
- Hungri Games
- HyperFlow Games
- Hyperlab
- HyperMonk
- Hypernova Technology & Gaming
- Imaginite Studios
- Indie-dir Games
- Joker Game
- Koala Game Studio
- Kodobur

WEB SİTESİ

<https://gybegames.com/>
<https://gyroscopinggames.com/>
<https://www.hadi.gs/>
www.hammurabigames.com
www.he2apps.com
www.heisengames.net
<https://heroconcept.com/>
<https://www.herogamestudio.com/>
www.hesgames.com
www.hey.gs/tr/
<http://hifive.games/>
<https://www.hoodystudios.com>
<https://www.hungrigames.co.uk/>
www.hyperflowgames.com
www.hyperlab.games
<https://www.hypermonkgames.com/>
<https://www.hypernova-tech.com/>
www.imaginitesoft.com
www.indiedir.com
www.joker.games
<https://www.koalagamestudio.com/>
www.kodobur.com/tr

E-POSTA

info@gybegames.com
info@gyroscopinggames.com
info@hadi.gs
hammadurabi.games@gmail.com
iletisim@he2apps.com
heisengames@gmail.com
<https://heroconcept.com/contact/>
hello@herogamestudio.com
info@hesgames.com
info@hey.gs
<http://hifive.games/>
contact@hoodystudios.com
info@hungrigames.com
info@hyperflowgames.com
hello@hyperlab.games
info@hypermonkgames.com
info@hypernova-tech.com
info@imaginitesoft.com
info@indiedir.com
<http://jokergame.net/support-center>
info@koalagamestudio.com
info@kodobur.com



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

ŞİRKET

- Kraker Studio
- Lacivert Digital Services
- Leartes Studios
- Libra Softworks
- Lokum Games
- MadByte Games
- Madcraft Studios
- Maestro Game Studio
- Mafia Games
- MagicLab Game Technologies
- Mangorama Studio
- Masomo
- Mavis Games
- Mayadem Teknoloji
- Mayaworks
- Metaverse Game Studios
- Midpoly Games
- MildMania
- Mixer Games
- Mobge
- Mobilecraft
- Momentum DMT

WEB SİTESİ

www.krakerstudio.com
 www.lacivert.org
<https://leartesstudios.com/>
 www.librasoftworks.com
 www.lokumgames.com
 www.madbytegames.com
 www.madcraftstudios.com
<https://maestro.gs/>
<https://mafia-games.com/>
 www.maglab.com.tr
 www.mangoramastudio.com
 www.masomo.com
 www.mavisgames.com
 www.mayadem.com
 www.maya.works
<https://angelicthegame.com/>
<https://www.midpolygames.com/>
 www.mildmania.com
<https://www.mixer.games/>
 www.mobge.net
 www.mobilecraft.net
 www.momentum-dmt.com/tr/

E-POSTA

hello@krakerstudio.com
 sari@lacivert.org
 info@leartesstudios.com
 librasoftworks@gmail.com
 contact@lokumgames.com
 contact@madbytegames.com
 madcraftstudios.com/
<https://maestro.gs/>
 info@mafia-games.com
 hello@maglab.com.tr
 contact@mangoramastudio.com
 support@masomo.com
 saygin@mavisgames.com
 iletisim@mayadem.com
 iletisim@multiplayer.com.tr
<https://angelicthegame.com/>
 info@midpolygames.com
 weare@mildmania.com
 hello@mixer.games
<https://mobge.net/contact>
 support@mobilecraft.net
 momentum-dmt.com/tr/company/contact-us/



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

ŞİRKET

- Moon Star Games
- MoonStarGames
- Moralabs
- Mythra Tech
- Narcade
- Negentra
- NDC Studio
- Nitrid Game
- no-pact
- Noho Games
- Nowhere Studios
- Omnio Games
- OTTO Games
- Overdose Caffeine
- Oyun Stüdyosu
- Pango Games
- Panteon
- Passion Punch Studio
- Paxie Games
- Peak Games
- Pixega Studio
- Pixofun

WEB SİTESİ

<https://www.moonstargames.net/>
<http://www.moonstargames.com/>
www.moralabs.com
www.mythratech.com
www.narcade.com
www.negentra.com.tr
<http://ndgstudio.com.tr/>
www.nitrid.com
www.nopact.com
www.noho.games
www.nowherestudios.com
<https://omniogames.com/>
<https://www.ottogames.studio/>
www.odcaf.com
www.oyunstudiosu.com
<http://www.pangogames.com/>
www.panteon.games
www.passionpunch.studio
<https://www.paxiegames.com/>
www.peak.com
www.pixegastudio.com
www.pixofun.com

E-POSTA

burakcakmak@moonstargames.net
info@moonstargames.com
info@moralabs.com
info@mythratech.com
zip@nar.club
info@negentra.com.tr
<http://ndgstudio.com.tr/#contact>
info@nitrid.com
info@nopact.com
hello@noho.games
info@nowherestudios.com
hi@omnio.gs
hi@ottogames.studio
medic@odcaf.com
info@oyunstudiosu.com
info@pangogames.com
info@panteon.games
info@passionpunch.studio
[https://www.paxiegames.com/](https://www.paxiegames.com/contact@peak.com)
contact@peak.com
info@pixegastudio.com
info@pixofun.com



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

ŞİRKET

- Playable Factory
- Poison Software Studio
- POW Games
- Quok Games
- RealityArts Studio
- Recontact Games
- Revel Games
- Roar Games Studio
- Rockwise Entertainment
- Rog Studios
- Rollic Games
- Ruby Game Studio
- Settings Games
- Simsoft
- SinginGiant
- Sir Studios
- SNG Studios
- Spyke Games
- Stardust Games
- Studio Billion
- Studio Gamebit
- Suji Games

WEB SİTESİ

www.playablefactory.com
www.poisonsoftwarestudio.com
<https://pow.games/>
<https://quok.games/>
www.realityartsstudio.com
www.recontactgame.com
<http://www.revel.gs/>
<http://roar.gs/>
www.rocwise.com
www.rogstudios.com
www.rollicgames.com
www.rubygamestudio.com
<https://settings.games/>
www.simsoft.com.tr
<http://www.singingiant.com/>
www.sirstudios.com
<https://www.sngict.com/>
<https://spykegames.com/>
<https://stardust.gs/>
www.studiobillion.com/tr
www.studiogamebit.com
www.suji.games

E-POSTA

hello@playablefactory.com
develop@poisonsoftwarestudio.com
hey@pow.games
<https://quok.games/>
info@realityartsstudio.com
info@recontactgame.com
<http://www.revel.gs/>
info@roar.gs
info@rocwise.com
contact@rogstudios.com
<https://www.rollicgames.com/contact>
info@rubygamestudio.com
info@settings.games
info@simsoft.com.tr
info@singingiant.com
support@sirstudios.com
info@sngict.com
<https://spykegames.com/>
<https://stardust.gs/>
info@studiobillion.com
contact@studiogamebit.com
info@sujigames.com



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

ŞİRKET

- Taba Games
- TaleWorlds Entertainment
- Talus Studio
- Teleporter
- Teta Games
- Tiplay Studio
- Tiramisu Studios
- Tosby Games
- Trifles Games
- Udo Games
- Uncosoft Yazılım
- Upperpik Games
- VantaPlay Games
- Veloxia
- Vertigo Games
- Weez Beez
- Whoops Games
- Yamy Studio
- Ying Yang Games
- Zerosum
- Zuuks Games

WEB SİTESİ

<https://tabagames.com/>
www.taleworlds.com
<http://www.talusstudio.com/>
<https://teleporter.gg/>
www.tetagames.com
www.tiplaystudio.com
www.tiramisu.game
<https://tosbygames.com/>
www.triflesgames.com
www.udogames.com
www.uncosoft.com
<http://upperpik.com/>
www.vanta.games
<https://veloxia.co>
www.vertigogames.co
www.weezbeez.com
<https://whoopsgames.com/>
<https://yamystudio.com/>
<https://yinyang.games/>
<https://zerosum.co/>
www.zuuks.com

E-POSTA

contact@tabagames.com
info@taleworlds.com
info@talusstudio.com
partnership@teleporter.gg
support@tetagames.com
info@tiplaystudio.com
info@tiramisu.game
info@tosbygames.com
info@triflesgames.com
info@udogames.com
hello@uncosoft.com
<http://upperpik.com/contact/>
hello@vanta.games
hey@veloxia.co
info@vertigogames.co
weezbeezgames@gmail.com
info@whoopsgames.com
info@yamystudio.com
hello@yinyang.games
info@zerosum.co
<https://www.zuuks.com/contact>





TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YAYINCILAR / TWITCH TV

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

TWITCH

TR POPÜLER TWITCH YAYINCILARI TOP 20

	TAKİPÇİ	KAZANILAN TAKİPÇİ	TOPLAM İZLENME SAYISI	ORTALAMA İZLENME SAYISI	MAKSİMUM İZLENME SAYISI	YAYIN ZAMANI (SAAT)	İZLENME ZAMANI (SAAT)
#1 Efraenn	2.8M	873K	42.7M	29.000	103.108	970	28.8M
#2 wtcN	2.6M	647K	38.8M	13.915	94.211	1.035	14.4M
#3 KendineMuzisyen	2.3M	522K	34.6M	18.981	92.142	939	17.8M
#4 UNLOSTV	2M	267K	17M	6.046	34.075	898	5.43M
#5 Pqueen	1.8M	883K	24.3M	8.400	362.223	1.324	11.1M
#6 Jahrein	1.69M	171K	14.5M	18.342	316.703	434	7.96M
#7 Mithrain	1.6M	158K	17M	4.409	16.426	1.402	6.18M
#8 ZEON	1.01M	57.5K	9.80M	1.419	7.732	1.763	2.50M
#9 Elwind	952.000	134K	11M	7.562	26.34	641	4.85M
#10 BerkRipTepe	909.000	195K	11.3M	3.238	27.109	912	2.95M



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YAYINCILAR / TWITCH TV

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

TWITCH

TR POPÜLER TWITCH YAYINCILARI TOP 20

	TAKİPÇİ	KAZANILAN TAKİPÇİ	TOPLAM İZLENME SAYISI	ORTALAMA İZLENME SAYISI	MAKSİMUM İZLENME SAYISI	YAYIN ZAMANI (SAAT)	İZLENME ZAMANI (SAAT)
#11 ANNADENİZ	828.800	208K	5.80M	2.068	33.973	392	811K
#12 Adal	803.890	482K	12.8M	3.670	13.37	1.065	3.91M
#13 Alptv	746.417	119K	6.14M	1.542	11.324	1.057	1.63M
#14 Miafitz	721.514	121K	8.18M	1.137	9.647	629	716K
#15 JrokezFTW	589.319	174K	14.4M	4.313	16.318	1.320	5.69M
#16 ThaldrinLol	562.629	7.8K	3.67M	928	13.770	1.384	1.28M
#17 XANTAREScN	547.142	136K	4.79M	7.323	17.467	152	1.12M
#18 EFEUYGAC	541.859	117K	3.79M	5.969	19.723	296	1.77M
#19 elanur	529.747	84.5K	2.61M	1.467	8.485	171	251K
#20 Videoyun	495.603	41.1K	10.8M	1.864	10.369	1.727	3.22M



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YOUTUBE KANALLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

YOUTUBE	TR POPÜLER YOUTUBE KANALLARI TOP 20				
	ABONE	ORTALAMA İZLENME SAYISI	TOPLAM İZLENME SAYISI	TOPLAM VİDEO SAYISI	EN POPÜLER VİDEOSUNUN İZLENME SAYISI (2021)
#1 SeseGel	3.91M	283.81K	2.2B	2.298	4.8M
#2 Burak Oyunda	3.42M	57.12K	1.17B	2.267	952K
#3 Barış G	3.34M	432.39K	917.02M	990	6.66M
#4 LAZ	3.21M	308.19K	1.52B	1.970	4.60M
#5 Minecraft Parodileri	3.19M	1.178M	2.53B	1.740	13.7M
#6 Baturay Anar	3.15M	526.1K	840.73M	976	753K
#7 MEZARCI	2.93M	244.19K	452.3M	703	2.75M
#8 Kozmik Karınca	2.78M	394.67K	810.15M	870	2.17M
#9 SeseGel Çocuk	2.77M	479.89K	2.56B	473	5.32M
#10 Ümidi	2.64M	127.51K	1.38B	5.360	1.71M



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YOUTUBE KANALLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

YOUTUBE	TR POPÜLER YOUTUBE KANALLARI TOP 20				
	ABONE	ORTALAMA İZLENME SAYISI	TOPLAM İZLENME SAYISI	TOPLAM VIDEO SAYISI	EN POPÜLER VİDEOSUNUN İZLENME SAYISI (2021)
#11 TÜRKPRO	2.62M	364.47K	1.25B	1.790	3.13M
#12 Oyun Portal	2.53M	52.33K	998.33M	3.280	255K
#13 BARIŞ BRA	2.5M	372.27M	769.16M	1.430	2.7M
#14 Ersin Yekin	2.36M	190.6K	560.97M	1.810	1.5M
#15 Minecraft Evi	2.35M	129.78K	966.74M	2.920	1.8M
#16 Gereksiz Oda	2.32M	239.85K	796.79M	1.930	1.69M
#17 YBJ	2.24M	234.24K	767.71M	1.920	5.31M
#18 Doch	2.21M	195.53K	366.1M	645	2.39M
#19 Han Kanal	2.17M	159.74K	1.77B	3.550	5.14M
#20 Duygu Köseoğlu	2.07M	268.23K	672.09M	825	1.04M



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER INSTAGRAM FENOMENLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

INSTAGRAM

TAKİPÇİ

#1 Elraen	1.2M
#2 Barış G	1.1M
#3 Wtcn	934K
#4 Mezarıcı	901K
#5 Kendine Müzisyen	802K
#6 Tugay Gök	756K
#7 Hz. Yasuo	754K
#8 Doch	710K
#9 Mervan	694K
#10 Pqueen	686K



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER INSTAGRAM FENOMENLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

INSTAGRAM

TAKİPÇİ

#11 Duygu Köseoğlu	662K
#12 Baturay Anar	609K
#13 Unlost	607K
#14 Sesegel	563K
#15 Ersin Yekin	558K
#16 Miafitz	557K
#17 Emrecan Önal	545K
#18 Egoist Pati	492K
#19 Annadeniz	473K
#20 Barış Bra	455K



AKTİF ÖDEME KURULUŞLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



- Aypara Ödeme Kuruluşu A.Ş. (880)
- Ceo Ödeme Hizmetleri A.Ş. (878)
- Dgpara Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş. (893)
- Efix Ödeme Hizmetleri A.Ş. (876)
- Elekse Elektronik Para ve Ödeme Kuruluşu A.Ş. (855)
- Faturakom Ödeme Hizmetleri A.Ş. (858)
- Föy Fatura Ödeme Kuruluşu A.Ş. (859)
- Global Ödeme Hizmetleri A.Ş. (884)
- GönderAI Ödeme Hizmetleri A.Ş. (851)
- İstanbul Ödeme Kuruluşu A.Ş. (883)
- Klon Ödeme Kuruluşu A.Ş. (881)
- Moka Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş. (857)
- MoneyGram Turkey Ödeme Hizmetleri A.Ş. (871)
- N Kolay Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş. (852)
- Nestpay Ödeme Hizmetleri A.Ş. (865)
- Octet Express Ödeme Kuruluşu A.Ş. (874)
- Ödeal Ödeme Kuruluşu A.Ş. (868)
- Paragram Ödeme Hizmetleri A.Ş. (888)
- Pay Fix Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (882)
- Paybull Ödeme Hizmetleri A.Ş. (892)
- Paynet Ödeme Hizmetleri A.Ş. (866)
- Paytrek Ödeme Kuruluşu Hizmetleri A.Ş. (856)
- Pratik İşlem Ödeme Kuruluşu A.Ş. (860)
- Ria Turkey Ödeme Kuruluşu A.Ş. (879)
- Sender Ödeme Hizmetleri A.Ş. (875)
- Trend Ödeme Kuruluşu A.Ş. (862)
- Tronapay Ödeme Hizmetleri A.Ş. (887)
- Vezne24 Tahsilat Sistemleri ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (885)
- Vizyon Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (854)
- Western Union Turkey Ödeme Hizmetleri A.Ş. (886)



AKTİF ELEKTRONİK PARA KURULUŞLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



- Ahlatıcı Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (894)
- Aköde Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (836)
- BELBİM Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (828)
- Birleşik Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş. (825)
- BPN Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (850)
- CEMETE Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (826)
- D Ödeme Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (830)
- ERPA Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş. (837)
- Fastpay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (891)
- Faturamatik Elektronik Para ve Ödeme Kuruluşu A.Ş. (861)
- Hızlıpara Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş. (833)
- IQ Money Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş. (889)
- İninal Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (832)
- İyzi Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (864)
- Lydians Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (890)
- Ozan Elektronik Para A.Ş. (839)
- Paladyum Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (834)
- Papara Elektronik Para A.Ş. (829)
- Paytr Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş. (863)
- Sipay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (838)
- TT Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (870)
- TURK Elektronik Para A.Ş. (827)
- Turkcell Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (869)
- UPT Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş. (853)
- Vodafone Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (835)
- Wirecard Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (831)



DERNEKLER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- **TOGED** (Türkiye Oyun Geliştiricileri Derneği)
- **OYUNDER** (Oyun Tasarımcıları, Geliştiricileri, Yayın ve Yapımcıları Derneği)



- **TOGED** (Türkiye Oyun Geliştiricileri Derneği)
- **OYUNDER** (Oyun Tasarımcıları, Geliştiricileri, Yayın ve Yapımcıları Derneği)

2020

2021



OYUN FUARLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- GameX
- GIST (Gaming İstanbul)



Covid-19 nedeni ile son 2 seneki tüm fuarlar ertelenmiştir.

2022'de tüm fuarlar yeniden oyuncularla buluşacak!

2020

2021

GIST 2022

Röportaj

İki sene sonra yeniden oyuncularla buluşuyorsunuz, bizi neler bekliyor?

Kısaca? Daha büyük bir Gaming İstanbul. Gaming İstanbul'un açılımı artık oyun, espor ve gençlik fuarı. Bu yıl fuar içindeki espor ve turnuva alanları daha geniş. Global partnerimiz ve kamu kuruluşlarının ortaklığıyla bölgemizdeki en büyük LAN Party'lerden ve espor turnuvalarından birini organize ediyoruz.

İnternet yayıncılarına özel bir alanımız var, burada anlaşmalı yayıncılarımız #kalkgel Special Edition adıyla Türkiye'nin en büyük yirmi yayıncısıyla sahne alacak ve hayranlarıyla buluşacak. Pandemi döneminde başlayan oyun ve iş geliştirme ekosistemimiz **Indieway** artık GIST'in profesyonellere ve indie'lere yönelik markası. B2B alanımızın yeni adı Indieway. Bu yıl da geleneği devam ettiriyoruz ve yatırımcısı olmayan indie ekiplere fuarda ücretsiz alan sağlıyoruz. Indieway'e ek olarak, Mağara Jam de GIST'te olacak.

Metaverse, NFT ve yeni teknolojiler artık hayatın bir parçası, Gaming İstanbul 2022'de onlara da özel yer ve seminer, konuşma seansları hazırlıyoruz. Cosplay yarışmaları, FRP alanı yine var. Gaming İstanbul'u Eylül'e taşımamızdan faydalanıp kapalı alanın dışına da çıkıyoruz, ziyaretçilerimize açık alan aktivitelerine hazırlanmalarını tavsiye edebilirim. Açılış törenimizin çok özel bir konusu olacak, ama şimdilik onu sürpriz tutalım.



CEVHER ERYÜREK
GAMING İSTANBUL
VE INDIIEWAY
DİREKTÖRÜ



GIST 2022

Röportaj

Gaming İstanbul'un oyun ekosistemine kattıkları ve gelecek planları nelerdir?

Pandemi döneminden önce sektör olarak bu konuda kararsızdık. Ne kadar dijitalleştiğimizi bilmiyorduk veya zannettiğimiz kadar dijital değildik. Pandemi bize bunu kanıtladı. Etkinlikler, oyun sektörünün en önemli parçaları. Dünyanın en büyük oyun etkinliklerinin online denemelerinin başarısız olmasıyla anladık bunu. Oyuncular ve profesyoneller gerçek hayatta buluşmak istiyor.

Gaming İstanbul'un ekosisteme ilk katkısı bence bu büyük buluşmayı sağlaması oldu. 92.000 oyuncu bir araya geliyoruz. Bu buluşma oyun ve donanım firmalarına, oyuncu ve genç segmentlere ulaşmak isteyen markalara, herkese büyük bir açılım ve iş geliştirme, pazarlama şansı tanıyor.

Global tarafta da nasıl Almanya'nın, Fransa'nın, Çin'in taşıyıcı fuar markaları varsa, Türkiye'de de Gaming İstanbul var. Global sektörde GIST artık yerleşik bir marka ve her yıl en az üç bin profesyonel ziyaretçi çekiyor. Ekosisteme olan katkısı açık, finansal katkısını ve getirdiği döviz girdisini de yıllık yaklaşık 5 milyon avro olarak hesaplıyoruz.



CEVHER ERYÜREK
GAMING İSTANBUL
VE INDIEWAY
DİREKTÖRÜ



GIST 2022

Röportaj

Gaming İstanbul'un oyun ekosistemine kattıkları ve gelecek planları nelerdir?

Tabii şunu söylemeden geçemem; Gaming İstanbul bunu tek başına yapmadı. Sektör ve oyunculardan aldığımız destekle ekosistemin bir parçası, sonra da ana etkinliği haline geldik. Oyun ve espor markaları, ajansları, profesyonelleri, sektöre yatırım yapan herkesin ortak çalışması bu. Ekosistemi birlikte yarattık, Gaming İstanbul da etkinlik yüzü oldu.

Gelecek planımız basit, bölgenin en büyük oyun etkinliğiyiz, dünyadaki en büyük sekiz oyun etkinliğinden biriyiz. Hedefimiz; ilk üçe girmek ve Gaming İstanbul'u fuar alanından çıkarıp İstanbul'a yayılan, İstanbul'un farklı bölgelerinde eşzamanlı düzenlenen daha büyük bir etkinlikler ağı haline getirmek. Bu konuda da önemli ilerlemeler var, ama haberi vermek için erken.

Gamingistanbul.com

[Katalog Linki](#)



CEVHER ERYÜREK
GAMING İSTANBUL
VE INDIIEWAY
DİREKTÖRÜ



GAMEX 2022

Röportaj

İki sene sonra yeniden oyuncularla buluşuyorsunuz, bizi neler bekliyor?

Uluslararası Dijital Oyun ve Eğlence Fuarı GameX, 19-22 Mayıs 2022 tarihlerinde İstanbul TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleşecek. Her yıl 100 binin üzerinde her yaşta gencin katıldığı GameX'te, bu yıl 19 Mayıs 2022 Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı'nda yine 100 binin üzerinde oyun severin bir araya gelmesi hedefleniyor.

Her biri kendi sektörünün lideri olan güçlü sponsorların katkısı, Yazılı, görsel ve dijital medyanın büyük desteği ile düzenleyeceğimiz GameX 2022, B2C salonlarında, ziyaretçilerin doyasıya eğlenebileceği Cosplay Yarışmaları, Espor Turnuvaları, Geek Bazaar Alanı, GameX Campus Üniversiteler Alanı, Drone Yarışları, Robot Savaşları, Indie Oyun Alanı, Kutu Oyunları, Çizgi Roman, Anime, Manga (Alt kültür) Alanı, Influencer Buluşmaları, Espor Takım Etkinlikleri, Simülatör ve VR Alanları gibi çeşitli bölümler yer alacak. On altıncısı düzenlenecek olan GameX'te birçok uluslararası ve yerli oyun ve oyun teknolojileri markası da geniş katılım gösterecek. GameX Uluslararası Dijital Oyun ve Eğlence Fuarımız, alanında Doğu Avrupa'dan Asya'ya kadar olan bölgede en çok ziyaretçiye ev sahipliği yapan organizasyondur. Fuarımızda Oyun ve Teknoloji firmalarının yanı sıra sosyal medya fenomenleri, esporcuları ve genç kitleyi hedefleyen Uluslararası ve yerli büyük markalar da katılımcı olarak yer alıyor ve tanıtımlarını yapıyor. Dijital Oyun ve Eğlence Dünyası'nın çatısını oluşturan en büyük platformu olan GameX bu sene E5'e komşu, Metrobüs durağının hemen yanında, 5 Salon ve Açık alanda, toplam 22.500m2'de düzenleniyor.



İSMET GÖKSEL
RÖNESANS FUARCILIK
VE YAYINCILIK A. Ş.
FOUNDER / YK
BAŞKANI



GAMEX 2022

Röportaj

İki sene sonra yeniden oyuncularla buluşuyorsunuz, bizi neler bekliyor?

Geçtiğimiz yıllarda Espor Kulüpler Birliği'nin katıldığı GameX'e bu yıl da Türkiye'nin en büyük espor kulüpleri, takım ve tüm oyuncuları ile konuk olacak. Espor kulüplerinin ve Türkiye'nin en sevilen influencer'larının binlerce hayranıyla buluşup sohbet edip, fotoğraf çektireceği alanların yanı sıra GameX 2022'de nefes kesen gösteri maçları da oynanacak. Ayrıca 4 gün boyunca düzenlenecek olan onlarca espor turnuvasıyla ziyaretçiler bol ödüllü oyunlara katılıp, rekabet ederek hem kazanacak hem de eğlenecekler.

Genç, iyi eğitilmiş, teknolojiyi yoğun kullanan, doğru ürünü doğru fiyata satın almak isteyen ziyaretçi profili fuarın en büyük gücünü oluşturuyor. Ülkemiz 40 milyonu aşkın genç ve dinamik oyuncu kitlesi ve beraberinde hızla büyüyen dijital eğlence pazarı ile firmalara eşsiz fırsatlar sunuyor. Fuar alanı yerleşimimiz ve organizasyonlarımız sayesinde, ziyaretçilerimiz her bir standı ziyaret etme fırsatını yakalıyor. Bu sayede, fuar süresince binlerce ziyaretçi tanıtımı yapılan yüzlerce ürün ve hizmeti test etme fırsatına sahip oluyor.



İSMET GÖKSEL
RÖNESANS FUARCILIK
VE YAYINCILIK A. Ş.
FOUNDER / YK
BAŞKANI



GAMEX 2022

Röportaj

İki sene sonra yeniden oyuncularla buluşuyorsunuz, bizi neler bekliyor?

Bölgenin en büyük cosplay yarışması GameX 2022'de düzenlenecek!

Her yıl olduğu gibi 2022 yılında da GameX'te oyun, film, anime karakterlerinin taklit edildiği kostüm performansı olan cosplay yarışması düzenlenecek. Türkiye'nin dört bir yanından katılacak olan cosplayerlar, 4 gün boyunca hem eğlenecek hem de izleyici ve jürinin önünde büyük ödül için yarışacaklar.

Oyun sektörünün paydaşları buluşacak!

Oyun sektörünün paydaşları, oyun geliştiricilere özel kuluçka merkezi Game Factory partnerliğinde gerçekleşecek olan GameX 2022 B2B business salonlarında buluşacak. Fuar alanının içinde 2 salona yayılan ve kontrollü girişi olan GameX 2022 Business bölümünde sektör profesyonellerine, özel networking alanları, toplantı salonları, yerli ve uluslararası konuşmacıların katılacağı konferanslar, sunumlar ve paneller gibi çeşitli imkanlar sunulacak.

GameX.com.tr



İSMET GÖKSEL
RÖNESANS FUARCILIK
VE YAYINCILIK A. Ş.
FOUNDER / YK
BAŞKANI





TÜRKİYE'DE SEKTÖRE YÖNELİK EĞİTİMLER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



Zamanlar çok hızlı değişiyor, oyun sektörünün mekanikleri ve dinamikleri de. Özellikle Türkiye hem dünya ile hem kendisiyle müthiş bir yarış içinde. Unicornlar, Exitler, yatırımlar derken neredeyse her hafta yeni bir başarı hikayesini gururla paylaşıyoruz, elbette bu haberler geriden gelenleri, yeni ekipleri inanılmaz bir şekilde motive ediyor ve hırslandırıyor.

Türkiye'nin stabil olmayan ekonomisi de bu hızlı yapılanmayı kamçılادیkça kamçılıyor. Herkes önce "yırtmak" sonra da kazanmak istiyor. Ortak sorun ise aynı, kaliteli insan kaynağı.

Şu an her ne kadar birçok kez ülkemizin şu ünlü genç nüfusu mesleğini, sektörünü buldu desem de nitelikli eleman yetiştirmekten, daha doğrusu piyasaya beklediği hızda ve özellikle eleman sağlamaktan halen uzağız.

Yanlış anlaşılmasın, sadece oyun geliştiricisi, tasarımcı ve sanatçısı ihtiyacını kastetmiyoruz, artık oyuna özel insan kaynakları uzmanından halkla ilişkiler sorumlusuna kadar birçok farklı rolde elemana ihtiyaç var. İş büyüdü anlayacağınız.

BİR UZMANIN
GÖZÜNDEN
EĞİTİM



GÜVEN ÇATAK
FOUNDER DIRECTOR AT
BAHÇEŞEHİR UNIVERSITY
GAME LAB (BUG)



TÜRKİYE'DE SEKTÖRE YÖNELİK EĞİTİMLER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



Burada elbette gözler eğitime çevriliyor. Alaylı olmak, kendini yetiştirmek zaman zaman çözüm olsa da sektör standartları olan ve kendini yenileyen bir sistem, bir eğitim bandı bekliyor. Her ne kadar oyun tasarımı tarafında son 10 yılda çok güzel adımlar atılmış olsa bile, üniversiteler sektörün beklentilerini karşılayacak kadar çevik değil; belki de zaten olmamaları lazım, üniversite tanımı gereği fikirlerin ve insanların bulunduğu, yeni vizyonların ve girişimlerin tasarlandığı bir kavşak olmalı, en azından yüksek lisans programlarımız için böyle bir rota çizebiliriz.

Ama lisans programlarımız kesinlikle insan kaynağı üretimi için kolları sıvamalı, kendilerini ona göre güncellemeliler. Şu an 12 tane Dijital Oyun Tasarımı lisans programımız var Türkiye'de; biri hariç hepsi vakıf üniversitesi ve aşağı yukarı hepsinin derdi sektörle aynı, yani insan kaynağı.

Sektör nasıl nitelikli profesyoneller arıyorsa, üniversiteler de yetişmiş akademisyenler arıyor ki burada kısır döngü başlıyor, çünkü önce o akademisyenlerin yetişeceği programların açılması gerek. Maalesef onay olsa bile kadrosunu oluşturamadığı için askıda bekleyen programlar var.

BİR UZMANIN
GÖZÜNDEN
EĞİTİM



GÜVEN ÇATAK
FOUNDER DIRECTOR AT
BAHÇEŞEHİR UNIVERSITY
GAME LAB (BUG)



TÜRKİYE'DE SEKTÖRE YÖNELİK EĞİTİMLER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



Hem yıllardır sorulduğu için hem de bu derde deva olması için bir “Oyun Çalışmaları” doktora programı hazırlığı içindeyiz; umuyoruz ki “Dr. BUG” önümüzdeki güz dönemi start alacak. Bu kısır döngüden çıkmaya yönelik yepyeni bir gelişme de artık Dijital Oyun Tasarımı programları “uygulamalı” kabul edilerek (daha önce neden edilmediği halen gizemini korumakta) Öğretim Görevlisi alabilecek, yani doktora olmayan ama ilgili yüksek lisansı ve/veya sektör deneyimi olan arkadaşlar kadroya girebilecek, tabii ancak yeterli ALES ve YDS puanlarına sahip iseler. Bu puanlar ve tipleri oldukça can sıkıcı olsa da önemli bir adım insan kaynağına sorununa yönelik.

Bir diğer mesele de maalesef çoğu programın apar topar açılmaya çalışılması. Oyun sektörümüzün yükseliş eğilimine ayak uydurmak, zamanı yakalamak önemli ama bunu yaparken ortaya belli bir vizyon, bir oyun planı koymak gerekiyor ve bu da ancak bir altyapı ile mümkün.

Diğer türlü bırakın programı açabilmeyi her gün değişen trendleri yakalamak ve eğitime entegre etmek mümkün olamaz. Dün hypercasual üretim bandıyla uğraşırken bugün blockchain oyunlar ve NFT üzerine kafa patlatıyoruz.

BİR UZMANIN
GÖZÜNDEN
EĞİTİM



GÜVEN ÇATAK
FOUNDER DIRECTOR AT
BAHÇEŞEHİR UNIVERSITY
GAME LAB (BUG)



TÜRKİYE'DE SEKTÖRE YÖNELİK EĞİTİMLER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



Bu bağlamda dinamik ve vizyoner bir müfredat ortaya koymak şart. Bir başka ihtiyaç ise oyun geliştirme ve oyun sanatı Meslek Yüksek Okullarının (MYO) açılması, zira ancak bu 2 yıllık MYOlar sektörün en azından prodüksiyon açığını bir nebze kapatabilir; iyi operatörler yetiştirebilir. Benzer niyetlerle açılmış sertifika programları mevcut ama yeterli değil. Tabana yayılan bir sistem gerekiyor talebi karşılayabilmek için.

4 yıllık lisans programları ise konsept aşamasından pazarlamaya, iş geliştirmeye kadar 360 derece oyun prodüksiyonunu ele almaya çalıştığı için (en azından ideal olarak), bu programlardan daha çok ekiplerin, girişimlerin ve yenilikçi oyunların çıkması (ki çıkmakta) beklenebilir. Akademi tarafında bu tip bir iş bölümü çok daha uygun olacaktır.

Son dönem sayısı artan oyun ön kuluçka, kuluçka ve hızlandırma programları da mentorluk çatısı altında çok çeşitli eğitimler verebilmekte. Bu tip bir programa alınan alaylı bir ekibin böyle bir tornadan geçmesi en azından temelleri almasına ve temel sorunları çözmesine yarayacaktır.

BİR UZMANIN
GÖZÜNDEN
EĞİTİM



GÜVEN ÇATAK
FOUNDER DIRECTOR AT
BAHÇEŞEHİR UNIVERSITY
GAME LAB (BUG)



TÜRKİYE'DE SEKTÖRE YÖNELİK EĞİTİMLER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



Bu tip programların sürdürülebilir olmasının tek yolu ise kapalı bir devre bir sistem kurularak, "öğren-öğret" modelinin aktive edilmesidir; bu anlamda içeri alınacak kuluçka ekiplerinin seçimi önemlidir. Yine aynı şekilde dışarıdan danışmanlık verecek firmaları da bu modele göre seçmekte fayda vardır.

Son olarak topluluklar hem eğitimi hem sektörü beslemektedir; bu anlamda desteklenmeleri çok önemlidir. Tabana erişim topluluklar ile başladığı için hem nabız yoklamak hem data toplamak hem de yolun başındayken müdahale edebilmek için onları gözetmeli ve gözlemlemeliyiz eğitimciler ve profesyoneller olarak.

Çok daha iyi olacak, sadece bir zamanlama ve koordinasyon meselesi ama şu bir gerçek bazı konularda bebek adımlarıyla ilerlese bile artık geri adım atmadığımız kesin!

BİR UZMANIN
GÖZÜNDEN
EĞİTİM



GÜVEN ÇATAK
FOUNDER DIRECTOR AT
BAHÇEŞEHİR UNIVERSITY
GAME LAB (BUG)



OYUN TASARIMI SEÇMELİ LİSANS DERSLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BAŞLIK
MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI
DİJİTAL OYUN TASARIMI

DERSİN AMACI

Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi - Yeni Medya ve İletişim Programı'nda bulunan Dijital Oyun Tasarımı dersinin amacı, temel oyun tasarımı içeriği kapsamında güncel sayısal oyunların yapıları ve teknolojileri hakkında bilgi vermek, uygulamalı olarak bilgisayar ortamında görsel çalışmalar yapmak ve örnek bir oyun tasarımı projesi oluşturmaktır.

BAŞLIK
İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI
DİJİTAL OYUN TASARIMI

DERSİN AMACI

İstanbul Kültür Üniversitesi - Yeni Medya ve İletişim Programı'nda bulunan Dijital Oyun Tasarımı dersinin amacı, oyunlaştırma ve oyun üretme teknik ve prensipleri çerçevesinde dijital oyun üretebilecek bilgi ve beceriyi öğrencilere kazandırmak dersin esas amacını özetler. Ders içerisinde oyun ve oyunlaştırma süreci teorik altyapı ve pratik uygulamalar yaptırılarak öğretilecektir.



OYUN TASARIMI SEÇMELİ LİSANS DERSLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BAŞLIK

YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

OYUN TASARIMINA GİRİŞ

DERSİN AMACI

Yeditepe Üniversitesi - Görsel İletişim Ve Tasarımı Bölümünde bulunan Oyun Tasarımına Giriş dersinin amacı öğrencileri oyun tasarımının (ve genel anlamda) tasarımın temel kavram ve çalışma ilkeleri ile tanıştırmaktır. Uygulama ile el ele giden ve hem oyuncu-odaklı hem de döngüsel/yinelemeli bir tasarım anlayışı üstüne kurulu olan derste, haftalık olarak sunulan teorik bilgilerin yanı sıra, öğrencilerden (dijital ve dijital-olmayan) bir oyunu, fikir aşamasından başlayarak nihai ürün aşamasına dek geliştirmeleri beklenmektedir. Öğrenciler teorik derslerin yanı sıra uygulamalarla da sinanacaklardır. Öğrenciler oyun geliştirme uygulamaları esnasında dersin hocaları ve konuk uzmanlar tarafından etkin biçimde desteklenecek ve yönlendirileceklerdir.

BAŞLIK

YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

3B OYUN TASARIMI

DERSİN AMACI

Yıldız Teknik Üniversitesi - Grafik Tasarımı Lisans Programı'nda bulunan 3B Oyun Tasarımı dersinin amacı 3B Oyun Tasarım süreçlerinin ve araçları hakkında altyapının oluşturulması. Bu bilgiler ışığında 3B bir oyun tasarlanmasındır.



OYUN TASARIMI SEÇMELİ LİSANS DERSLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BAŞLIK

YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

DİJİTAL OYUN TASARIMI

DERSİN AMACI

Yakın Doğu Üniversitesi Dijital Oyun Tasarımı Lisans Dersi

BAŞLIK

SAKARYA ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

DİJİTAL OYUN ÇÖZÜMLEMELERİ

DERSİN AMACI

Sakarya Üniversitesi Dijital Oyun Çözümleri Dersi

BAŞLIK

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

EĞİTSEL BİLGİSAYAR OYUNU TASARIMI

DERSİN AMACI

Gazi Üniversitesi Eğitsel Bilgisayar Oyunu Tasarımı Dersi

BAŞLIK

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

BİLGİSAYAR OYUN TASARIMI 1

DERSİN AMACI

Anadolu Üniversitesi Bilgisayar Oyun Tasarım 1 Dersi

BAŞLIK

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

DİJİTAL OYUN TASARIMI 1

DERSİN AMACI

Bu ders dijital oyun tasarımı ve bu oyunların analizine yönelik pratik ve kuramsal bilgi vermektedir.

BAŞLIK

GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

DİJİTAL OYUN TASARIMI

DERSİN AMACI

Bu ders kapsamında öğrencilerin, büyük çeşitlilik gösteren dijital oyunlar konusunda biçimsel, içeriksel ve süreç yönetimi düzeyinde analitik değerlendirme becerilerini geliştirmeleri beklenmektedir.



OYUN TASARIMI YÜKSEK LİSANS PROGRAMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BAŞLIK

BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ

DERSİN AMACI

Oyun Tasarımı Yüksek Lisans Programı, tasarım derslerinin dışında oyun sanatı, oyun çalışmaları, oyun prodüksiyonu, oyun ekonomisi ve oyunlaştırma gibi farklı alanlara yönelerek disiplinlerarası bir kurgu izliyor. Program, modüler ders sistemi ve proje tabanlı ders işleyişi ile de fark yaratıyor.

BAŞLIK

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ

DERSİN AMACI

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Oyun ve Etkileşim Teknolojileri anabilim dalına bağlı Oyun ve Etkileşim Teknolojileri Tezli Yüksek Lisans Programı

BAŞLIK

ODTÜ GATE

DERSİN AMACI

Orta Doğu Teknik Üniversitesi Oyun Teknolojileri Yüksek Lisans Programı

BAŞLIK

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ

DERSİN AMACI

Ülkemizdeki sayılı oyun geliştirme yüksek lisans programından biri de Ankara'daki Hacettepe Üniversitesi'nde 2012 yılında açılan Bilgisayar Animasyonları ve Oyun Teknolojileri Tezli Yüksek Lisans Programı'dır.



OYUN TASARIMI YÜKSEK LİSANS PROGRAMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BAŞLIK

MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİ.

DERSİN AMACI

Dijital Oyun Tasarımı ve Teknolojileri Tezli Yüksek Lisans

BAŞLIK

IŞIK ÜNİVERSİTESİ

DERSİN AMACI

Işık Üniversitesi Bilgisayarlı Grafik ve Animasyon Yüksek Lisans Programı. İstanbul'daki Işık Üniversitesi'nin Fen Bilimleri Enstitüsü'nde açılan Bilgisayarlı Grafik ve Animasyon Yüksek Lisans Programı da oyun sektörünü göz önünde bulunduran eğitim programlarından biridir.

BAŞLIK

MARMARA ÜNİVERSİTESİ

DERSİN AMACI

Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi'ndeki Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği Bölümü'nde de direkt olarak oyun geliştirme eğitimi verilemese de video oyunlarının temel bileşenleri, türleri, bireyin eğitimindeki yerleri, oyunların psikolojik ve sosyolojik etkilerinin incelendiği dersler mevcut.

BAŞLIK

İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ

DERSİN AMACI

İzmir Ekonomi Üniversitesi Bilgisayar Oyunları ve Teknolojisi Yüksek Lisans Programı. Diğer bir oyun geliştirme ile doğrudan ilgili yüksek lisans programı da İzmir Ekonomi Üniversitesi'ndeki Bilgisayar Oyunları ve Teknolojisi Yüksek Lisans Programı'dır.



OYUN TASARIMI VE ESPOR SERTİFİKA PROGRAMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BAŞLIK

ORTA DOĞU TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SÜREKLİ EĞİTİM MERKEZİ

BAŞLIK

MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR
ÜNİVERSİTESİ SÜREKLİ EĞİTİM MERKEZİ

BAŞLIK

TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ
EKONOMİ VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ
SÜREKLİ EĞİTİM ARAŞTIRMA VE
UYGULAMA MERKEZİ, TOBB ETÜ SEM

BAŞLIK

TED ÜNİVERSİTESİ SÜREKLİ EĞİTİM
MERKEZİ

BAŞLIK

BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ SÜREKLİ
EĞİTİM MERKEZİ

AÇIKLAMA

ODTÜ SEM'in Unity 3D için giriş seviyesi eğitimleri bulunmaktadır. 30 saatlik eğitim 5 hafta boyunca devam etmektedir.

AÇIKLAMA

İstanbul'daki Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'nin Sürekli Eğitim Merkezi de oyun geliştirmeye yönelik eğitim veren ücretli eğitim kurumlarından biri. 2 ayrı seviye ile Unity 3D oyun motoru eğitimleri sunuyorlar

AÇIKLAMA

Ankara'da bulunan TOBB ETÜ SEM'deki ücretli oyun geliştirme kurslarında Unity 3D oyun motoruna yönelik eğitimler veriliyor.

AÇIKLAMA

Yeni medya teknolojileri kapsamında dünyanın en büyük endüstrilerinden biri haline gelmiş olan Dijital Oyun Tasarımı, ekonomik krizlerden de en az etkilenen sektör olma özelliğini taşımaktadır. Aynı zamanda genç nüfus için de yeni ve açık bir istihdam alanıdır. Dijital Oyun Tasarımı eğitimi alanında sektörün ihtiyacını karşılayacak insan kaynağını sağlamayı, bu alanda geliştirilecek proje ve ürünlerle ülkemize katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

AÇIKLAMA

Spor psikolojisi ve espor sertifika programı kapsamında esporun psikoloji ile ilişkisi ve güncel literatür ele alınmaktadır.



DİĞER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BAŞLIK

EDUCAT HUB

AÇIKLAMA

Bu eğitim, espor konusunda öğrencilerimize doğru bilgiler sağlamak; problem çözüme, hızlı karar verme ve işbirlikli çalışma becerileri kazandırarak sorumluluk sahibi birer birey ve takım üyesi olmalarını sağlamak amacıyla hazırlanmıştır.

BAŞLIK

ATOM

AÇIKLAMA

Animasyon Teknolojileri ve Oyun Geliştirme Merkezi, kısaca ATOM, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Teknokent bünyesinde 2008 yılında kurulmuş bir ön kuluçka merkezi.

BAŞLIK

INDIGO DANIŞMANLIK VE EĞİTİM HİZMETLERİ

AÇIKLAMA

Unity 3D ile mobil oyun oyun geliştirme eğitimleri, 3D karakter modelleme eğitimleri. IndiGo da Ankara'da yerleşik bir kuruluş.

BAŞLIK

3D AKADEMİ ANİMASYON VE GÖRSEL EFEKT OKULU

AÇIKLAMA

3D Akademi Animasyon ve Görsel Efekt Okulu, oyun sektörüyle birlikte birçok diğer sektör için 3D modelleme, grafik tasarımı, görsel efekt eğitimleri veren bir merkez.

BAŞLIK

BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ E-SPOR EKONOMİSİ ARAŞTIRMA MERKEZİ

AÇIKLAMA

Ortaya çıkan kavramsal karmaşaları çözümlenmek ve toplumsal bilinci artırmak amacıyla akademisyenlerin ve sektör uzmanlarının yer aldığı Espor Okuryazarlığı eğitimleri İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Kariyer Geliştirme Merkezi iş birliği ile yapılmıştır.



DİĞER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BAŞLIK

İZMİR KATİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
KARİYER GELİŞTİRME MERKEZİ

AÇIKLAMA

Ortaya çıkan kavramsal karmaşaları çözümllemek ve toplumsal bilinci artırmak amacıyla akademisyenlerin ve sektör uzmanlarının yer aldığı Espor Okuryazarlığı eğitimleri Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi Espor Ekonomisi Araştırma Merkezi iş birliği ile yapılmıştır.

BAŞLIK

BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ
(BAU ESPORTS)

AÇIKLAMA

Bahçeşehir Üniversitesi'nin espor birimi tarafından, liselilere yönelik online shoutcasterlık eğitiminin yanı sıra bu zamana kadar 5 farklı lisede seçmeli espor dersi yürütülmüştür. Bünyesinde yer alan öğrencilerini espor bursu uygulaması ile seçmektedir. Atölye çalışmaları ve uygulamalı eğitimin yanı sıra espordaki birçok akademik çalışmaya destek vermektedir.

BAŞLIK

BİLİŞİM EĞİTİM MERKEZİ

AÇIKLAMA

Bilişim Eğitim Merkezi de ücretli eğitim merkezlerinden. Hem bireysel hem kurumsal çeşitli yazılım eğitimlerinin yanında 3D animasyon eğitimleri de veriyorlar. Bilişim Eğitim Merkezi İstanbul, Ankara, Eskişehir, Konya, Bursa ve Antalya illerinde hizmet veriyor.

BAŞLIK

BİLİŞİM AKADEMİSİ

AÇIKLAMA

Bilişim Akademisi başka bir özel eğitim kurumları. Onlar da Unity3D eğitimi veriyorlar. İstanbul'da Yıldız Teknik Üniversitesi Teknopark'ında bulunuyorlar.

BAŞLIK

BİLGEADAM GENÇ AKADEMİ - OYUN
TASARIMI VE PROGRAMLAMA

AÇIKLAMA

Bu eğitim programı çocuklarımızı çağımızın en geçerli, yüksek gelirli ve heyecan verici bilişim mesleklerine, oyun tasarlamayı ve geliştirmeyi öğretmek için hazırlıyor. Böylece gençlere hem meslek hem de üniversite bölüm seçimlerinde yön gösterecek beceriler kazandırıyor.



İNTERNET KAFELER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



• 14.500 internet kafe

Covid-19 nedeni ile korona virüs tedbirleri kapsamında tüm Türkiye genelinde 17 Mart tarihinde kapanan internet kafeler, 2020 senesinde faaliyette bulunamamıştır. Birçok internet kafemiz masraf ve vergiler karşısında işyerlerini kapatmak durumunda kalmıştır.

2020



• 10.250 internet kafe

İnternet kafelerimiz 10 Nisan 2021 tarihinde açıldı. Ancak il idaresi tarafından 14 Nisan 2021 tarihinde yayınlanan genelgeyle birlikte tekrar kapatıldılar. 20 Temmuz 2021 tarihinde, 4'lü sıralarda 3 PC boş 1 PC dolu olacak, akşam saat 18:00'de kapanacak, girişlerde HES kodları sorgulanacak ve sürekli kolluk kuvvetleri tarafından denetlemeye tabi tutulacak şekilde yeniden açıldılar. Maalesef bu zor süreç çok fazla kafenin kapanmasına veya devir etmesine sebep oldu. 25 Ekim 2021 tarihinde bu ağır şartlar kaldırılarak HES kodu kontrolü ile yeniden faaliyetler başladı.

2021



İNTERNET KAFE BİLGİSAYAR SİSTEM ÖZELLİKLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



	i3	i5	i7		
• İşlemci					
• Yüzelik Oran	%30	%50	%20		
• Ram	4 GB	8 GB	16 GB	32 GB	64 GB
• Yüzelik Oran	%20	%30	%45	%5	
• İnternet Hızı	16 MB	24 MB	64 MB	100 MB	
• Yüzelik Oran	%15	%30	%35	%20	

2020

	i3	i5	i7	i9	
• İşlemci					
• Yüzelik Oran	%8	%30	%60	%2	
• Ram	4 GB	8 GB	16 GB	32 GB	
• Yüzelik Oran	%0	%3	%65	%32	
• İnternet Hızı	16 MB	24 MB	32 MB	64 MB	100 MB
• Yüzelik Oran	%0	%3	%15	%60	%22

2021



GÜNLÜK İNTERNET KAFE İSTATİSTİKLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



Not: 2020'deki bu veriler internet kafeler kapalı olduğu için günlük koşullara göre ortalama verilmiştir.



- En Yoğun Saatler
- En Yoğun Günler (Hafta Sonu)
- Ortalama Ücret / Saatlik
- Günlük Ortalama Pin Satışı (Adet)
- Ort. Yiyecek Ödemesi / Kişi

15:00 - 22:00

12:30 - 24:00

5 TL - 12 TL

15 / KAFE BAŞI

25 TL

- En Yoğun Saatler
- En Yoğun Günler (Hafta Sonu)
- Ortalama Ücret / Saatlik
- Günlük Ortalama Pin Satışı (Adet)
- Ort. Yiyecek Ödemesi / Kişi

17:00 - 21:00

13:00 - 18:00

7 TL - 20 TL

4 / KAFE BAŞI

18 TL

2020

2021



İNTERNET KAFELERDE EN ÇOK OYNANAN OYUNLAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



- PUBG
- League Of Legends
- Fortnite
- CS: GO
- ZULA
- CS: GO
- GTA
- Call Of Duty
- Free Fire



- PUBG Mobile *Emülatör*
- Free Fire
- Steam Oyunları
- CS: GO
- Valorant
- League of Legends
- Roblox
- Epic Games Oyunları
- Xbox Game Pass Oyunları

Not: İnternet kafelerin açık olduğu 17 Mart tarihine kadar olan zaman diliminde erişilen verilerdir.

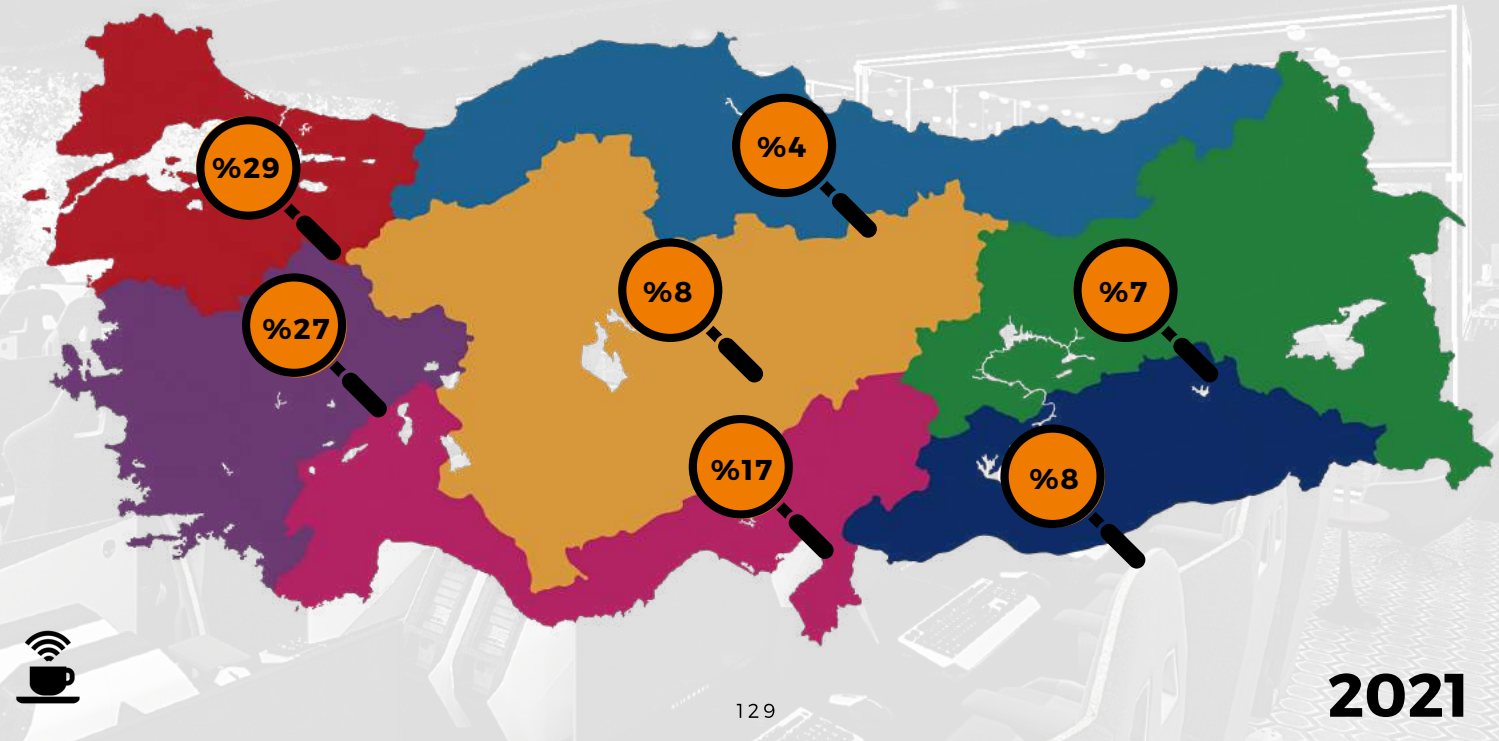
2020

2021



TÜRKİYE'DEKİ İNTERNET KAFE DAĞILIMI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021





TÜRKİYE'DEKİ ÖNEMLİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- **5 Ronin** - League of Legends
- **52 Orduspor FK** - FIFA Pro Club
- **Adanaspor** - FIFA Pro Club
- **Altay** - FIFA Pro Club
- **Antalyaspor** - FIFA Pro Club
- **AS4 Esports** - FIFA Pro Club
- **Balıkesirspor** - FIFA Pro Club
- **BB Erzurumspor** - FIFA Pro Club
- **BBL** - Valorant
- **Ben Esports** - PUBG Mobile
- **Beşiktaş Esport** - League of Legends, Valorant, PUBG Mobile, FIFA Pro Club, 2K22
- **Bilgi Esport** - FIFA Pro Club
- **Bursaspor** - FIFA Pro Club
- **Çaykur Rizespor** - FIFA Pro Club
- **Dark Passage** - League of Legends
- **Deep Esport** - PUBG Mobile
- **Digital Athletics** - Valorant, PUBG Mobile, PUBG: Battlegrounds, Wild Rift
- **Digital Sports Esports** - FIFA Pro Club
- **Eskişehirspor Esport** - FIFA Pro Club
- **Eternal Fire** - Valorant, CS: GO



TÜRKİYE'DEKİ ÖNEMLİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

fastPay Wildcats - League of Legends, Valorant, PUBG Mobile, PUBG: Battlegrounds, CS: GO, FIFA Pro Club, Wild Rift, Rocket League, 2K22

Fenerbahçe Esport - League of Legends, Valorant, PUBG Mobile, PUBG: Battlegrounds, FIFA Pro Club, FIFA, 2K22

- **Fire Flux** - Valorant, PUBG Mobile
- **Fury Esports** - PUBG Mobile
- **Futbolist** - Valorant, PUBG Mobile, PUBG: Battlegrounds, FIFA Pro Club, FIFA, Wild Rift
- **Galakticos** - League of Legends, Valorant, PUBG: Battlegrounds, FIFA Pro Club
- **Galatasaray Esport**- League of Legends, PUBG Mobile, FIFA Pro Club, FIFA, 2K22
- **Gamebedel Esports** - PUBG Mobile
- **Gaziantep FK** - FIFA Pro Club
- **Gençlerbirliği** - FIFA Pro Club
- **Getso Esports** - PUBG Mobile
- **Giresunspor** - FIFA Pro Club
- **Hatayspor** - FIFA Pro Club
- **Interrail Esport** - FIFA Pro Club
- **İstanbul Başakşehir** - FIFA Pro Club
- **İstanbulspor** - FIFA Pro Club
- **Kafalar Esports** - Valorant
- **Karagümrük Esport** - Valorant, PUBG: Battlegrounds, FIFA Pro Club, FIFA, Rocket League
- **Karşıyaka Esport** - FIFA Pro Club, 2K22
- **Kasımpaşa** - FIFA Pro Club



TÜRKİYE'DEKİ ÖNEMLİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- **Kayserispor** - FIFA Pro Club
- **Knockout** - PUBG Mobile
- **Kocaelispor** - FIFA Pro Club
- **NASR Esports** - League of Legends, Wild Rift
- **Next Rüya Gaming** - PUBG Mobile
- **Oldunity** - PUBG Mobile
- **Orgless 5** - CS: GO
- **Other Side** - Valorant, PUBG Mobile, 2K22
- **Parla Sports** - FIFA, Wild Rift
- **Poprater Esport** - PUBG Mobile
- **Regnum Carya** - Valorant, PUBG Mobile, FIFA Pro Club, Wild Rift, 2K22
- **Respect Esports** - PUBG Mobile
- **S2G Esports** - PUBG Mobile
- **Şahangiller** - PUBG Mobile, CS: GO
- **Sakaryaspor** - FIFA Pro Club
- **Sangal Esports** - CS: GO, Wild Rift, Valorant
- **Sivasspor** - FIFA Pro Club
- **Sıkıntı City TR-** FIFA Pro Club
- **Skaters** - PUBG: Battlegrounds
- **Spartan Warriors TR-** FIFA Pro Club



TÜRKİYE'DEKİ ÖNEMLİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- **SuperMassive Blaze** - League of Legends, Valorant, PUBG Mobile, PUBG: Battlegrounds, FIFA Pro Club, FIFA, Rocket League, Arena of Valor, 2K22

- **Surreal Esports** - Valorant, PUBG Mobile
- **Team Aurora** - League of Legends, Valorant, FIFA Pro Club
- **Team Lixa** - Valorant
- **Thunderbolts Gaming** - Valorant, CS: GO
- **Trabzonspor** - FIFA Pro Club, 2K22
- **Vice Versa** - CS: GO
- **WEDA Esports** - Valorant
- **World of Wonders** - PUBG Mobile
- **Yeni Malatyaspor** - FIFA Pro Club
- **Yilport Samsunspor** - FIFA Pro Club
- **Zero Zone** - Valorant, PUBG Mobile, CS: GO





LİSANSLI OYUNCU VE TAKIM SAYISI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



Türkiye'de
lisanslı olarak
165+ espor
takımı
bulunmaktadır.



Türkiye'de
lisanslı olarak
8126+ espor
oyuncusu
bulunmaktadır.

* 3.5 yılda 2 bin 467'si kadın olmak üzere toplam 8 bin 126 esporcu Federasyonumuz tarafından lisanslandı. Bu süreçte lisanslı kulüp sayısı 165'e çıkarken, espor salonu sayısı ise bu yıl itibari ile 57'ye yükseldi. Federasyonun 68 ilde temsilcilikleri hayata geçirildi ve yine bugün itibariyle 64 antrenör sayısına ulaşıldı.



SOSYAL MEDYAYI EN İYİ KULLANAN ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

INSTAGRAM

	TAKİPÇİ	HAFTALIK ORTALAMA İÇERİK SAYISI	ORTALAMA GÖNDERİ BEĞENİSİ	ETKİLEŞİM ORANI
GALATASARAY ESPOR	185.000	5	1200	%0,66
BBL ESPORTS	119.000	2	18924	%16,22
FUTBOLIST	59.000	11	706	%1,25
FIRE FLUX ESPORTS	58.300	1	13081	%23,48
PAPARA SUPERMASSIVE BLAZE	55.000	5	1103	%2,04
ETERNAL FIRE	52.300	2	5294	%11,56
FENERBAHÇE ESPOR	47.600	6	1666	%3,55





SOSYAL MEDYAYI EN İYİ KULLANAN ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

YOUTUBE

	ABONE	TOPLAM GÖRÜNTÜLENME
DARK PASSAGE ESPORTS	51.300	9.223.704
ETERNAL FIRE	40.400	2.778.659
FUTBOLIST	37.000	3.852.439
PAPARA SUPERMASSIVE BLAZE	36.100	4.584.104
FENERBAHÇE ESPOR	15.700	1.832.342
BBL ESPORTS	14.900	814.431

2021





SOSYAL MEDYAYI EN İYİ KULLANAN ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

FACEBOOK

	SAYFA BEĞENİSİ	HAFTALIK ORTALAMA İÇERİK SAYISI	ORTALAMA GÖNDERİ BEĞENİSİ	ETKİLEŞİM ORANI
İSTANBUL WILDCATS	140.541	5	8	%0.01
DARK PASSAGE ESPORTS	133.214	3	110	%0.12
PAPARA SUPERMASSIVE BLAZE	82.501	5	6	%0.02





SOSYAL MEDYAYI EN İYİ KULLANAN ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

TWITTER

	TAKİPÇİ	HAFTALIK ORTALAMA İÇERİK SAYISI	ORTALAMA GÖNDERİ BEĞENİSİ	ETKİLEŞİM ORANI
FENERBAHÇE ESPOR	113.900	6	420	%0,44
BBL ESPORTS	106.731	5	3400	%3,19
GALATASARAY ESPOR	80.600	7	350	%0,50
PAPARA SUPERMASSIVE BLAZE	70.500	5	650	%1,13
DARK PASSAGE ESPORTS	45.500	10	380	%0,88
ETERNAL FIRE	37.300	6	500	%1,61
FUTBOLIST	36.700	7	80	%0,27





TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ONLINE ESPOR VE OYUN ETKİNLİKLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

Etkinlik Adı

- 2.Spor İstanbul Gençlik Ve Eğlence Festivali
- ESA Esports Kupa Vestel
- ESA Kupa Vestel Tournament
- ESA x TOSLA PUBG Domination
- ESL Türkiye Şampiyonası Summer
- ESL Türkiye Şampiyonası Winter
- FIFA 21 Vestel Kupası
- Fortnite Vestel Kupası
- Gamification Meetup - Gamfed Türkiye 5.Oyunlaştırma Konferansı
- Garena Free Fire Sömestir Kupası
- Garena Free Fire Türkiye Ramazan Kupası
- INDIEWAY Etkinlikleri (Şubat - Aralık 2021 Arası 6 Kere Düzenlendi)
- Intel Monster Reloaded Rocket League
- Intel Monster Reloaded VALORANT
- INTEL UET Clash Royale Türkiye Şampiyonası
- INTEL UET LoL LCQ 2021

Etkinlik Adı

- INTEL UET LoL Sıralama Turnuvası
- INTEL UET LoL Türkiye Şampiyonası
- INTEL UET LoL Turnuvası
- INTEL UET Rocket League Türkiye Şampiyonası
- INTEL UET VALORANT Güz Turnuvası
- INTEL UET VALORANT Üniversite Bahar Turnuvası
- INTEL UET Yaz Kampı Legends of Runeterra Turnuvası
- INTEL UET Yaz Kampı LoL Turnuvası
- INTEL UET Yaz Kampı Rocket League Turnuvası
- İzmir Oyun Festivali (Offline)
- Migros Esport Fall Guys Cup
- Migros Esport Rocket League
- Migros Esport Sezon 4 Bralk Stars Cup 1
- Migros Esport Sezon 4 Brawl Stars Cup 2
- Migros Esport Sezon 4 PUBG Mobile Cup 1
- Migros Esport Sezon 4 PUBG Mobile Cup 2



TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ONLINE ESPOR VE OYUN ETKİNLİKLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

Etkinlik Adı

- Migros Espor Sezon 4 Zula Cup 1
- Migros Espor Sezon 4 Zula Cup 2
- Migros Espor Wild Rift Cup 1
- Migros Espor Wild Rift Cup 2
- MLBB 515 Gösteri Gecesi
- MLBB Türkiye Şampiyonası
- Mobicdictum Business Network #1 (Webinar)
- Mobicdictum Business Network #2 (Webinar)
- Paribu Campus Challenge PUBGM Turnuvası
- PMCC Turkey 2021
- PMCO 2021 Fall Split
- PMCO 2021 Spring Turkey
- PMNC Turkey 2021
- PMPL Season 1 2021 Turkey
- PMPL Season 2 2021 Turkey

Etkinlik Adı

- Pro Elite League
- Protality Series
- PUBG Squad PC Vestel Kupası
- PUBGM Vestel Kupası
- Red Bull Campus Clutch VALORANT
- Red Bull Flick CS:GO
- Red Bull Solo Q 2021 LoL
- Rocket League Vestel Kupası
- SteelSeries CS:GO Turnuvası
- SteelSeries Sponsorluğunda Faceit CS:GO Turnuvası
- SteelSeries Sponsorluğundaki Valorant Turnuvası
- Supradyn Energy Protality Series
- TESFED Türkiye Kupası
- VALORANT Champions Tour Turkey
- VFŞL
- VFŞL Akademi Ligi





ESPOR VE OYUNA YATIRIM YAPAN MARKALAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- Acer
- Altinyıldız Classics
- AOC
- Arko Men
- Asist Analiz
- Asus
- Axe
- Bacar Automotive
- Bahçeşehir Üniversitesi
- bilcee
- Biocore
- Bitci.com
- Bitexen
- BKM Express
- Borusan Otomotiv
- BursaGB
- Bynogame
- CarrefourSA
- Chupa Chups
- Coca-Cola
- Corsair
- Doritos
- ESA
- Eti
- fastPay
- Gamesatış
- Getir
- Gillette
- Gökrail
- Grimelange
- Hawk
- HDI Sigorta
- Head & Shoulders
- Hepsiburada
- Hi2Games
- HyperX
- İnce Hesap
- ininal
- İtopya
- Karnaval
- KFC
- Little Caesars
- Logitech G
- Maximum
- Migros
- Monster Notebook
- MSI
- Nescafe
- Nimo TV
- Old Spice
- Olips
- Omen By HP
- Opet
- Ozan Superapp
- Papara
- Paribu
- Puma
- Rampage
- Razer
- Razer Gold
- Red Bull
- Regnum Carya
- SteelSeries
- Sunny
- Supradyn Energy
- THY
- TikTok
- Tosla
- Türknet
- Vestel
- Vodafone
- Wulfz
- Yemeksepeti
- Zio

* Bu liste sene boyunca takip ettiğimiz aktivitelerden derlenerek hazırlanmıştır. Eksik marka olabilir.



ESPOR OYUNLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

- 2K21
- 2K22
- Arena of Valor
- Basketball Arena
- Brawlhalla
- Brawl Stars
- Call of Duty Mobile
- Clash Of Clans
- Clash Royale
- COD Warzone
- Counter-Strike
- DOTA 2
- EFootball

- FI
- FIFA 21
- FIFA 22
- FIFA Online 4
- Fifa Mobil
- Fortnite
- Free Fire
- Hearthstone
- Kafa Topu 2
- League of Legends
- Legends of Runeterra
- Mobile Legends
- PES 21

- PUBG
- PUBG Mobile
- PUBG: New State
- Rocket League
- Teamfight Tactics
- Tekken
- TFT
- VALORANT
- Wild Rift
- World of Tanks
- Zula



TÜRKİYE ESPOR MEDYA KANALLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



- 5Mid
- Dijital Sporlar
- Elektronik Sporlar
- Espor Analist
- Espor Gazetesi
- e-Spor.com
- Espor.online
- Esporfix
- Esporin
- Esport Times
- Esports 360 Mag
- Esports Life
- Fanatik Espor

- Flank Esports
- Gamerbase
- Hubogi
- Hürriyet Espor
- Medya Espor
- Multiplayer
- Mynet Espor
- Only A Gamer
- Playerbros
- Save Butonu
- SporX Espor
- Thats Game Bro

- Acunn Medya
- Dijital Sporlar
- Elektronik Sporlar
- Espor Analist
- Espor Gazetesi
- Esporin
- Esporkolik
- Esport Times
- Esports 360 Mag
- Fanatik Espor
- Gamerbase
- Hubogi

- Hürriyet Espor
- Invade Espor
- Medya Espor
- Migros Espor
- Mobidictum
- Multiplayer
- Mynet Espor
- Onedio Gaming
- Playerbros
- Red Bull Espor
- Save Butonu
- Thats Game Bro

2020

2021

**Espor medya kanalları, alfabetik olarak sıralanmıştır.*



TOP OYUN SİTELERİ (2021 TRAFİK)

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



- Bölüm Sonu Canavarı
- DonanımHaber
- Espor Gazetesi
- eSports360
- Fragtist
- Gamer
- Hubogi
- LeaderGamer
- LEVEL
- Mavi Kol
- Merlinin Kazanı
- Mobidictum
- OyunGezer
- Playerbros
- Save Butonu
- ShiftDelete
- TurkMMO
- Turuncu Levye
- Webtekno

**Alfabetik olarak sıralanmıştır.*



TOP ONLINE SATIŞ SİTELERİ (2021 TRAFİK)

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



- bynogame.com
- gamesatis.com
- kabasakalonline.com
- perdigital.com
- playstore.com
- oyunfor.com
- durmaplay.com
- gpay.com.tr
- foxngame.com
- midasbuy.com
- epin.com.tr
- vatangame.com
- dijipin.com
- g2a.com
- klasgame.com
- playsultan.com.tr
- oyunalisveris.com
- mtcgame.com
- gold.razer.com
- bursagb.com
- joyalisveris.com

*Toplam trafiklere göre sıralanmıştır.



TOP ONLINE OYUN PLATFORMLARI (2021 TRAFİK)

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



- Steam
- Epic Games Store
- GOG
- Rockstar Games - Socialclub
- Origin
- Battle.Net
- Playstore
- itch.io
- Humblebundle
- Ubisoft Store
- Kinguin



TÜRKİYE'DEKİ OYUN DERGİLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021

Oyungezer



Level



2020



2021



2021



**UZMAN
GÖRÜŞLERİ**

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



**ALPER AFŞİN
ÖZDEMİR**

TESFED KURUCU
BAŞKANI / AVRUPA
ESPOR FEDERASYONU
KURUCU YÖNETİM
KURULU ÜYESİ

Oyun ve espor genç nüfusuyla öne çıkan ülkemizde çok sevilir. Covid-19'un ilk başladığı dönemde, evde kalma sürelerinin artması oyun sektörüne olumlu yansıdı. Önlemlerin hafifletilmesiyle birlikte 2021 yılında canlı espor turnuvaları kısmen de olsa tekrar başlamış oldu. Organizasyonlar halen kısıtlı sayıda seyirciyle ve tüm sağlık tedbirleri alındıktan sonra hayata geçirilse de yoğun ilgi gördü ve Twitch gibi online yayın platformlarındaki canlı karşılaşmalar pek çok espor sever tarafından izlendi. Oyun - marka iş birliklerinde de güzel örnekler gördük. Çünkü oyun ve espor, gerçekten de belli yaş aralığındaki hedef kitleye ulaşmak için en uygun araçlardan biri haline geldi. Espor anlamında Türkiye her geçen gün ileriye gidiyor. Son 3.5 yılda 2 bin 467'si kadın olmak üzere toplam 8 bin 126 esporcu Federasyonumuz tarafından lisanslandı. Bu süreçte lisanslı kulüp sayısı 165'e çıkarken, espor salonu sayısı ise bu yıl itibarıyla 57'e yükseldi. Federasyonun 68 ilde temsilcilikler hayata geçirildi ve yine bugün itibarıyla 64 antrenör sayısına ulaşıldı. Sonuç olarak espor sektörünün gelişiminin sadece bu alanda faaliyet gösterenlere değil tüm ülkemize ciddi getirisi olacaktır. Ülkemizde altyapıyı ne kadar doğru kurarsak ne kadar bilinçli adımlarla ilerlersek, o oranda başarı kazanacağımıza, dünyada bir marka espor ülkesi haline geleceğimize ve ekosistemin tüm paydaşlarının da bundan fayda sağlayacağını söyleyebiliriz.



ERDİNÇ İYİKÜL
RIOT GAMES
TÜRKİYE ÜLKE
MÜDÜRÜ

2021 yılında oyun ve espor sektörü hem ülkemizde hem de dünyanın dört bir yanında büyümeye devam etti. Oyun sektörü dünya geneline en çok yatırım alan sektörlerden biri olarak hem özel şirketlerden hem de kamu kurumlarından önemli destekler aldı. Newzoo Global Oyun Pazarı Raporu'na göre, 2021 yılında küresel oyun sektörü 180.3 milyar dolara ulaşarak önceki seneye göre yüzde 1.4'lük bir artış gösterdi. Oyun gelirlerinin yanı sıra oyuncu sayısında da yıllık bir büyüme görüldü.

Oyuncu sayısındaki artış 2021'de yıl boyu devam ederek yüzde 5.33'lük bir artışla 3 milyar oyuncuya ulaştı. Espor pazarına baktığımızda ise dünya genelinde yıllık yıllık %6.7 artışla esporun 465 milyondan fazla kişi tarafından takip edildiğini görüyoruz. Bu sayının yaklaşık 230 milyonu espor tutkunu. Bu hayranların çoğu, pandemi sırasında pazarın yalnızca dijital geçmesinin ardından fiziksel espor etkinliklerine dönmek için sabırsızlanıyor. Tüm bu verilere ve teknolojik gelişmelere baktığımızda 2022 yılında sektörümüzün daha stabil bir şekilde büyümeye devam edeceğini ve ülkemizde de katkıda bulunduğumuz yatırımlar ve genç nüfusla beraber Türkiye'nin bu önemli pastadan alacağı payın artacağını düşünüyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BARIŞ ÖZİSTEK
JOYGAME
YÖNETİM
KURULU BAŞKANI

Türkiye, dünyanın en önemli oyun geliştirme ekosistemlerinden biri haline geldi. Ülkedeki en yetenekli insan kaynakları oyun sektörüne akıyor. Yaratıcı ve girişimci Türkler, oyun sektöründe hızla yükseliyorlar, pozisyonlarını güçlendiriyor. Yatırımların da arttığı bir sene geçirdik. Başta Boğaziçi Ventures olmak üzere, girişim sermayesi yatırım fonları oyun sektöründe çok sayıda yatırım tamamladı. Daha da önemlisi, büyüyen oyun şirketlerine global büyümelerini hızlandıracak şekilde yatırımların yüksek değerlemeler ile gelmiş olması oldu.

2021 yılı Joygame için oldukça önemli bir değişim sürecinin yaşandığı bir sene oldu. 2009'da kurulan Joygame, 2013 yılında global bir oyun devinin Türkiye'deki ilk satın almasına vesile olmuştu. Netmarble ailesinde geçen 8 yıllık deneyimin, vizyon ve tecrübe anlamında bizlere ve ekosisteme büyük katkısı olmuştur. 2020 itibarıyla başladığımız, Türkiye'de yerel oyun stüdyolarıyla mobil oyun geliştirip global pazarlarda yayınlama stratejilerimiz meyvesini vermeye başladı. Başarılı oyunlarımız Amerika ve diğer önemli pazarlarda en üst sıralarda yer aldı. Bu gelişmelere paralel, aldığımız yeni yatırım ile birlikte 2022 başında Joygame tekrar bağımsızlığını ilan etti. Güney Kore'nin en büyük oyun şirketi Netmarble ile ortaklığımıza devam ederken, Joygame markasına geri dönerek Türk bayrağını uluslararası pazarlarda dalgalandırmaya devam edeceğiz. Özellikle Türkiye ve Doğu Avrupa bölgesindeki oyun stüdyolarıyla kurduğumuz ortaklıklar ile birlikte hyper-casual, hybrid-casual, casual ve mid-core segmentlerinde geliştirilen mobil oyunları, hedef pazarlara yönelik yerelleştirme çalışmaları da yaparak, milyonlarca oyuncuyla buluşturmaya ve onları eğlendirmeye odaklanıyoruz.

Tüm oyun dünyasını kökünden değiştirecek yeni bir iş modeli de hayatımıza katılmış oldu 2021 yılında. NFT Gaming ile sektör büyüyecek. Kısa sürede sıfırdan yeni girişimlerin ve yeni fırsatlar yaratmak isteyenlerin milyarlarca dolarlık değerlemelere ulaştığına şahit olduk. Yıllık ortalama %12 düzeyinde büyüyen sektör NFT gaming ile birlikte hızlanacak. 2025'te pazar büyüklüğünün 320 - 350 milyar dolar düzeyine geleceğini tahmin edebiliriz. NFT; oyunların tasarımı, ekonomisi, iş modeli gibi birçok konuyu kökünden değiştiriyor, bilinen doğrular baştan yazılıyor. Çok önemli bir değişim süreci başladı, bunu yakalayan firmalar çok hızlı büyüyecekler.

Joygame olarak da NFT alanında da yeni projelerimizi başlattık, 2022 yılı içinde NFT oyunlarımız ve platformlarımızı oyuncularımız ile buluşturuyor olacağız.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



OZAN AYDEMİR
GAMING IN TURKEY
PRESIDENT
FOUNDER

Sektör olarak baktığımızda, sene başı ve ortalarında 2021 bir önceki seneye göre biraz daha durgundu gelir anlamında. Hatta ilk defa dönemsel olarak karşılaştırma yaptığımızda bir düşüş ivmesi vardı. Ama son çeyrekte yine gelirler artmaya başladı. Bizim beklentimiz aslında 2019 ve sonrası için hep istikrarlı bir yüzde ile büyüme idi. Ama pandeminin oyun pazarındaki etkisi, bu büyümenin çoğunun 2020'de önden yüklenmesi gibi oldu. Bu yıl ise özellikle sene başı ve ortası biraz daha stabil dengeyi sağlayıcı bir yıl oldu; başta da dediğim gibi son çeyrek bizi gene şaşırttı ve gelirler arttı. 2023'e geldiğimizde ise global pazar öngörümüz 200 milyar doların üstünde olacağı.

Bu süreç biliyorsunuz tüm iş hayatımızı ve çalışma şeklimizi değiştirdi. Buna oyun üreticileri de dahil. Özellikle AAA dediğimiz üst kalite PC ve konsol oyunlarının yapım süreleri uzadı veya birçok bu tarz oyunun çıkış tarihleri ertelendi. Uzaktan çalışmanın bazı dezavantajlarından dolayı.

Küresel çip sıkıntısı, yeni nesil konsollar ve üst düzey PC'ler için gerekli hardware ürünlerinin tedarikinde kısmen zorluklar çıkardı.

Sektöre yön veren ana etmen mobil. Mobil oyun, önümüzdeki yıllarda en hızlı büyüyen segment olacak; Mobil oyun sektörü inanılmaz bir hızla büyüyor ve bu büyümeyi durdurmak neredeyse imkânsız. 2021'de total global gelirlerin 90 milyar dolardan fazlasını mobilden bekliyoruz.

Konsol ve PC oyunları, sene başında yaşadıkları gecikmeler nedeniyle yavaşlamış durumdaydı ama kısa süre içinde geciken tüm oyunlar sıkışık bir takvimle piyasaya sürülmeye başlandı. Bu da gene hem PC ve konsol satışlarını arttırdı hem de bu segmentlerdeki gelir düşüşünü durdurdu.

2021'de de hem ülkemizde hem de globalde sektörümüze yatırımlar devam etti. Kripto dünyasının sektörümüze yayılma hızı arttı, NFT kavramı sektördeki yerini aldı. Son olarak Metaverse ile beraber tüm gözler tekrardan bizim sektörümüze dönmüş durumda.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



SERKAN TURAN
GENEL MÜDÜR
FASTPAY A.Ş.

35 milyonu aşan kullanıcı sayısı ile her yıl %10'un üzerinde büyüme gösteren oyun sektörü, kullanıcı profilimizle de önemli ölçüde geniş ve önem verdiğimiz bir dikeydir.

fastPay olarak hem cüzdan hem de üye işyeri tarafında oyun sektörüne yönelik ödeme çözümleri sunuyoruz. fastPay kullanıcıları istedikleri oyun kodlarını fastPay uygulaması içerisinde saniyeler içerisinde kolaylıkla satın alabilmekte ve anında kullanabilmektedir. Ayrıca oyun sektöründeki üye işyerlerimize ödeme çözümleri sunuyoruz.

Türkiye'de doğup dünyaya açılan ve önemli yatırımlar alan oyun sektöründe faaliyet gösteren şirketlerimizin başarılarıyla gurur duyuyoruz.

2021 yılında olduğu gibi önümüzdeki dönemde de sektörün büyümesine katkı sağlamaya devam edeceğiz.



HASAN KEMAL UYSAL
MENA REGION
HEAD OF BD &
OPERATIONS

Covid salgını hayatımızda kalıcı birçok değişiklik yarattı ve bunların olumlu olanlarından birisi de dijital eğlence. Eğlence sektörü denildiğinde akla listenin sonlarında gelen, hatta belki de hiç listede olmayan "oyun" artık neredeyse hepimizin hayatının bir parçası. Mobil, konsol veya bilgisayar üzerinden bir şekilde, herkes oyuna dokunuyor. Hal böyle olunca, oyunlar da şekil değiştirmeye ve çeşitlenmeye devam ediyor.

Bugün oyun firmalarının çoğu da bu değişimi kavramış ve bu yeni ekosisteme uyumlu bir evrimleşme sürecine girmiş durumda. Riot Games olarak, 2021 yılında büyük bir sürpriz ile yayınladığımız Arcane animasyon serisinin ilk sezonu ile kendi evrimleşmemizin de ipuçlarını vermiş olduk. 2020 yılında evlere kapandığımız dönemde oyun sektörü o kadar büyüdü ki, 2021 yılının başlarında bu ani büyümenin ötesine geçip geçebileceğimiz konusunda bazı şüphelerimiz vardı. Fakat yılın ortalarına geldiğimizde artık fark ettik ki, meğer 2020'deki büyüme hızlı bir "başlangıç" imiş. Önümüzdeki kısa dönemde hepimiz oyun sektörünün entegre olduğu yeni bir eğlence kültürünün oluşumuna şahit olacağız diye düşünüyorum. Esportun olimpiik bir spor olmasından tutun, klasik televizyon anlayışının çok-oyuncululu (multiplayer) platforma dönüşmesine kadar birçok heyecan verici olaya şahit olacağız gibi.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



GÜRHAN ÇAM
NEOHUB GENEL MD.
& FASTPAY AŞ. YK
ÜYESİ

2020 yılı ile başlayan zorlu sürecin etkilerini halen yaşamaktayız. Pandeminin getirdiği ekonomik zorluklar hepimiz için gerçekten büyük bir sınav ve ders oldu... Dijital dünyanın artık insanlığın ayrılmaz bir parçası olduğunu, ekonominin lokomotifini olmak için emin adımlarla ilerleyişinin kanıtlandığı ve yine bu minvalde Türk oyun sektörünün yükselişini net bir şekilde gördük. Kriz dönemlerinin inovasyonu tetiklediğini ve insan yaratıcılığını körüklediğine tekrar tekrar şahit olduk.

Geleceğin teknolojilerinin gereksinimlerini, uygun iş birliği kültürü ile yenilikçi iş modelleri üretmek ve ekosisteme katkı sağlayacak finansal teknoloji çözümlerini hayata geçirmek için NEOHUB'ı kurduk. NEOHUB'ın kolları olan; Deniz Akvaryum İnovasyon ve Girişimcilik Merkezi, Deniz Ventures Girişim Sermayesi Yatırım Fonu, fastPay gibi güçler, girişimcilik ekosistemine ve finansal teknoloji sektörüne yön verebilmek üzere çalışıyor dolayısıyla mobil cüzdanimiz fastPay ile oyun sektörüne yönelişimize ve bu alanda yaptığımız yatırımlara oldukça önem veriyoruz. 2020 yılında ülkemizin en eski e-spor takımlarından birisi olan İstanbul Wild Cats'e sponsor olarak e-sporun gelişimi için kritik bir adım attığımızı inanıyoruz.

Oyun sektörü, günümüzün yükselen trendi Metaverse'ün hayal edilen anlamda gerçekleşebilmesi için en önemli kaynağı olacak. Bu noktada, Türk Oyun Sektörünün Dünya'da parmakla gösterilen öncü girişimlerinin yine Metaverse gibi yenilikçi alanlarda, bu liderliğini devam ettireceği inancındayız. Özellikle Metaverse'ün blockchain teknolojisi sayesinde "sahiplik" kavramını oyun şirketlerinden alıp, kullanıcıları transfer edilebilir hale gelmesiyle, bu alanda gelişmeye açık yeni uygulamalar doğmaya başladı. Play to earn (oynadıkça kazan) temalı oyunların çıkışı ile de finans ve oyun sektörünün giderek daha da iç içe geçtiğini görüyoruz. Merkeziyetsizlik kavramınının, akıllı kontratlar ve NFT standartları sayesinde kripto para kullanım alanından çıkıp, sanat eseri ve oyun içi kullanım alanı bulunan öğeleri de içine alması ile Metaverse boyutuna ulaşabilir hale geliyoruz.

Bu noktada, kendi adıma, finans ve oyun ekosistemlerinin birbirlerini destekleyerek büyülebileceği önemli bir gelecek görüyorum. NEOHUB ve fastPay olarak, bu geleceği desteklemek üzere gerek yatırımlarımız, gerekse iş birliklerimiz ile 2022 yılında da yapıcı, paylaşımcı ve destekleyici çalışmalarımızı devam ettireceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



İLHAN YILMAZ
MONSTER
NOTEBOOK KURUCU
VE CEO

Oyun ve espor ekosistemi son yıllarda sürdürmekte olduğu gelişim çizgisini 2021'de de devam ettirdi. Pandeminin hızlandırıcı etkisiyle artık daha geniş kitlelere ulaşan dijital oyun kültürü yediden yetmişe çok çeşitli profillerdeki kullanıcılar tarafından benimseniyor. Ülkemizde oyun ekosisteminin önde gelen aktörlerinden biri olarak biz de gerek diğer paydaşlarla geliştirdiğimiz iş birlikleri kapsamında gerekse Monster Notebook çatısı altında gerçekleştirdiğimiz çalışmalarla, oyuncularını desteklemeye devam ediyoruz. Intel, NVIDIA, Microsoft gibi stratejik ortaklarımızla, oyuncuların en sevdiği oyunları kullanıcılarımıza ulaştıran projeler gerçekleştiriyoruz. Espora desteklerimiz her geçen sene artıyor. 2021'de de hem Türkiye'de hem yurtdışında geniş çaplı espor etkinliklerine dahil olduk. Pandemi sürecinin ilk senesinde devreye aldığımız espor turnuvası Monsters Reloaded'ı 2021'de Intel'in partnerliğinde daha da büyüttük ve 6 ay süren geniş çaplı bir oyun ve espor etkinliğine dönüştürdük. Intel Monsters Reloaded bünyesinde düzenlenen turnuvalarda yaklaşık 10 bin oyuncu yarıştı, 300 bin TL değerinde ödül dağıtıldı. Yaklaşık 100 saatlik etkinlik canlı yayını milyonlarca oyuncu tutkunu takip etti.

Oyun ekosistemine, oyun ekipmanları ve yüksek performanslı oyuncu bilgisayarları sektöründen baktığımızda ise gerek küresel çip krizinin neden olduğu tedarik sorunları gerekse döviz kurundaki dalgalanmalar 2021'e damga vurdu. Monster Notebook açısından ise üretim ve operasyon süreçlerinde artan maliyetlere karşın önceki yıllardaki yatırımlarımızın avantajıyla; kullanıcı odaklılığımıza devam ettik, Türkiye'den çıkan küresel bir marka olma hedefimiz doğrultusunda güçlü adımlar atmayı sürdürdüğümüz bir sene oldu. Intel 11. nesil işlemcilerle güçlendirdiğimiz, NVIDIA'nın RTX 30 serisi ekran kartlarıyla iki kat daha fazla performans elde ettiğimiz 2021 ürünlerimizle yüksek performanslı dizüstü bilgisayar pazarına yön verdik. Hatta, 2021'in en çok tercih edilen oyun bilgisayarı markası olduk. Digital Report dergisi ve DORinsight Araştırma iş birliği ile gerçekleştirilen bir pazar araştırmasında katılımcıların yüzde 45'i oyun bilgisayarı kategorisinde Monster Notebook'u en iyi marka seçti. Sadece laptoplarımız değil, Pusat oyuncu ekipmanlarımızın ürün yelpazesine eklediğimiz yeni aksesuarlarımız da kullanıcı nezdinde çok ciddi bir karşılık buldu. Türkiye'de oyun pazarındaki baskın lider konumumuzu sağlamlaştırırken bir yandan da uluslararası yatırımlarımıza devam ettik. Zaten güçlü olduğumuz e-ticaretimizde ciddi atılımlar yaptık. Almanya merkezli Avrupa operasyonumuzu güçlendirdik ve İngiltere'de çok yakında başlamak üzere olan operasyonumuzun alt yapısını inşa ettik. Gücünü her zaman kullanıcılarıyla kurduğu gönül bağından alan bir marka olarak 2021'de de en büyük ajandamız kullanıcı deneyimi üzerinedi. 2022 senesinin tüm dünya ile paralel olarak Türkiye'de de zor geçeceğini öngörmekle birlikte, Monster Notebook olarak önümüzdeki süreçte de kullanıcı deneyimine yatırım yapmaya, oyuncuların beklentilerini ve hatta beklentilerinin de ötesini karşılamaya odaklanan projeler gerçekleştirmeye devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



NİLAY ALTAN
TÜRK TELEKOM
SABİT HİZMETLER
PAZARLAMA
DİREKTÖRÜ

Dünya genelinde internet kullanımının yaygınlaşması ve teknolojik gelişmelerin hızlanmasıyla birlikte oyun dünyası da geniş kitlelere ulaşmaya başladı. Güncel araştırmalar; dünyada 3 milyar, Türkiye’de ise 40 milyona yakın gamer olduğunu gösteriyor.

Hem oyuncu sayısında hem de oyun pazarındaki gelirden büyümenin devam edeceğini ve ülkemizin bölgedeki öneminin günden güne artacağını gözlemleyebiliyoruz.

Oyun sektörü son yıllarda, iş birliği içinde çalışan oyun endüstrisinin önemli şirketleri sayesinde hızlı bir büyüme kat etti. Ülkemiz tüm dünyada en çok video oyun oynayan 7. ülke konumunda. Bu durum oyun firmaları, oyuncular ve oyun sektörü için de oldukça önemli gelişmelere zemin hazırlayacaktır. Sektördeki gelişimin ve büyümenin hem bilgisayar oyunları ve mobil oyunlar hem de konsol oyunları tarafında devam edeceğini öngörüyoruz.

Sektörün gelişmesi ile birlikte oyuncular artık birbirleri ile daha bağlantılı, takım ruhunu yansıtacak bir deneyim de yaşamak istiyorlar. Çok oyunculu oyunlar, oyuncuları daha iyisi olmaya iten, oyunlardan daha çok keyif almalarını sağlayan bir özellik olarak oyun sektörüne damga vuruyor.

Oyun izleyiciliği de bu eğlenceli dünyanın önemli bir parçası. Bu doğrultuda, e-spor ve canlı yayın pazarları 2021’de büyük bir başarı elde etti.

Oyuncu, yayıncı ve izleyici için “internet”, oyunla ilgili en temel ihtiyaçlardan biri. Türkiye’nin lider bilgi ve iletişim teknolojileri şirketi Türk Telekom olarak biz de kampanyalar, cihazlar, oyun marka iş birlikleri, turnuvalar ve daha fazlası ile oyuncuları 360 derece destekleme hedefi ile hayata geçirdiğimiz oyun markamız GAMEON ile tüm Türkiye’de oyun severlerin yanında olmaya devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



KERİM YILMAZ
CEO & CO-FOUNDER
GAMER ARENA

Pandemi döneminde artan oyuncu sayılarını, oyuncuların oyun oynamaya harcadıkları zamanın artışı ve yeni çıkan Türk oyunlarını bir kenara bırakırsak, 2021 yılı Türkiye'deki oyun şirketlerinin aldığı yatırım haberlerini duyarak geçirdiğimiz bir yıl oldu. İşin daha ilgi çekici kısmıysa bu yatırımların ve satışların çoğu Türkiye dışındaki şirketler tarafından yapıldı.

Tanıdığım ve görüştüğüm birçok oyun stüdyosu ve oyun şirketi yurtdışında başarılar elde etmeye başlamış ve gelen yatırım taleplerini değerlendirip reddetmeye başlamış durumda. Yaklaşık 5 senedir oyun ve espor sektöründe yatırımcılarla yakın iletişimde olan biri olarak oyun sektöründeki şirketlerin yatırım bulamıyor konumdan, yatırımcı seçer konuma geldiğini görmek gelecek için çok heyecan verici bir durum ve Türkiye'de oyun sektörünün çok daha büyüyeceğini kanıtlar nitelikte.

Geçtiğimiz birkaç ayla birlikte oyun dünyasında Metaverse ve Play-To-Earn (P2E) kavramları oldukça popülerleşmiş ve sektöre büyük ilgi çekmiş durumda. Metaverse'ün lanse edildiği gibi bir hale gelmesi için daha zamana ihtiyacı olduğunu düşünüyorum fakat bence 2022 yılında Play-To-Earn modeli hem globalde hem de Türkiye'de oyun dünyasında değişikliklere sebep olacak ve oyuncuların oyun oynamaya harcadıkları zamanı arttıracak.

Blockchain teknolojisinin bu sene oyun sektörüne olan etkisinin çok daha artacağını ve kendini bu etkilere ve değişimlere hazırlayan firmaların çok ciddi büyümeler yakalayabileceğini düşünüyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



TUNGA SANALP
CEO & FOUNDER
JIB GAMES

2021 sanal dünyaların tekrar gündeme geldiği bir sene oldu, yani yeni adıyla Metaverse'in. Metaverse aslında insanoğlunun milattan önce 600'lü yıllardan beri peşine düştüğü genel gerçek serüvenine bir ara verip sanal dünyaları keşfetmeye ve inşa etmeye davet ediyor. Belli ki yarattığımız dünya artık bize eskisi kadar yeterli gelmiyor. İşte bu yüzden ki kimileri Mars'a gitme peşinde kimileri de Metaverse'de arsa kapma peşinde. Tabii insan doğasını inkâr edemez ya, biz hep daha fazlasına talibiz.

Nasıl devir değişiyorsa, insanlar da ihtiyaçlar da değişiyor. Bu da zaman içinde oyunların ve çeşitli platformların evrilmesine yol açıyor ve dün den bugüne bugünden yarına birçok şey değişiyor. Oyunlar artık insanların sadece zamanı öldürdüğü veya keyifli vakit geçirdiği platformlar değil de hayallerini gerçekleştirdikleri ideallerini özgürce paylaştıkları ikinci bir hayat, belki de ikinci bir şans, yarattıkları yerler haline geldi.

2018'de JIB Games olarak aslında bu değişimi öngörüp Polity'yi geliştirmeye başlamıştık. 2021 yılında Polity'yi Steam üzerinden erken erişim (Early Access) açtık. Steam platformunu seçme sebebimiz ise çekirdek oyunculara ulaşım erken aşama testlerimizi (Close and Open Beta Tests) oyuncularımızla birlikte gerçekleştirmekti. Özellikle, Amerika'dan ve Avrupa'dan birçok yayıncı ve oyun geliştirici ekibimiz ile hem Polity'yi oynadık hem de kalite kontrolünü (QA) ve mikro pazarlamasını (Micromarketing) gerçekleştirmiş olduk.

2022'nin ikinci çeyreğinden itibaren ise Polity, App Store'da beta olarak yayınlanmaya başlayacak. Gelecek oyuncularımıza sadece oyun içeriği sunmanın dışında, onlara ergenlikten itibaren eğitim ve devamında ise ihtisas/meslek seçimi gibi gelişim konularında yardımcı olma hedefimiz var. Bunu geliştirici ekibimiz ile ana sorumluluğumuz olarak görüyoruz, amacımızın sadece para kazanmak olmadığını aslında daha anlamlı bir oluşumun içinde rol alacağımızı düşünüyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



FARUK ECZACIBAŞI
TÜRKİYE BİLİŞİM
VAKFI YÖNETİM
KURULU BAŞKANI

Öğrenmenin zor ve sıkıcı olabilen bir süreç olabilme gerçeği, beni hep öğretmenin oyun ile cazip ve kalıcı hale getirilmesi konusunda düşündürür. Oyun ile ya da yaşayarak öğrenilen şeyler çok daha rahat içselleşir ve kalıcı olur, faydalı olur. Bu düşünceden yola çıkarak, Türkiye Bilişim Vakfı çatısı altında, oyun, yazılım, öğretim kurumları ile oyunla eğitim üzerine düşündük. Özellikle günümüz koşul ve imkanları ile en etkin olabilecek dijital oyunlarla eğitim konusuna kafa yorduk ve KOD Eğitim Oyunları Ödülleri adı ile bir yarışma programı başlattık.

Türkiye'yi bilgi toplumuna dönüştürmek amacı doğrultusunda çalışan Türkiye Bilişim Vakfı olarak, 2018 yılında KOD Ödülleri Eğitim Oyunları Yarışması projesini tasarlarken, K12 olarak adlandırılan, ilkokul, ortaokul, liseyi kapsayan 4+4+4 uygulamasında Milli Eğitim Bakanlığı müfredatına uygun bir çerçevede oluşturulmasını hedefledik. Ayrıca öğrencilere matematik ve fen bilimlerinin "eğitim oyunu" olarak sunulmasını teşvik etmeyi ve ödüllendirmeyi amaçladık. 4 senede yüzlerce fikir ve ürün ile yarışmaya katılan, kazansın veya kazanmasın, eğitim oyunu ile öğretme konusunda aklını, fikrini, yaratıcılığını ortaya koyan bütün katılımcılar bizim için kazanan oldular ve ülkemizin eğitimle kalkınması için gidilecek yolda çok önemli katkı verdiler. Bu yarışma programı ile gençleri yenilikçi bakış açısı kazanmaları için cesaretlendirmeye ve ülkemiz girişimcilik ekosisteminin geleceğine önemli katkılarda bulunduğumuza inanıyorum.

5. yılına geldiğimiz bu fikri, içinde bulunduğumuz 2022 yılında daha etkin olacağına ve gerek eğitim sistemine gerekse oyun yazılımı dünyasına çok daha fazla katkıda bulunacağına inandığımız akademi formatına eviriyoruz. Misyonumuz aynı, izleyeceğimiz yol daha güçlü, çıktılar etkin ve çok kullanıcıya olacak.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BURAK GÜNSEV
CHIEF EGO
OPERATOR
UGC90

NFTGaming sektörü veya üst başlığı ile Game-fi sektöründe neredeyse her gün yeni bir IGO (initial game offering) yapılıyor. Filipinler, Tayvan, Vietnam gibi ülkelerde 2021'de yüzbinlerce insan normal işlerini bırakıp oyun oynayarak aylık 800-1000\$ gelir elde ederek hayat standartlarını yükseltti. GameFi evreni, günlük oyuncu sayısı 1,2 M civarında, mobil ve konsola göre oldukça yolun başında fakat her geçen gün hız kazanan ve niteliğine kıyasla finansal olarak astronomik rakamların döndüğü bir sektör haline geldi. NFTGaming dünyasını keşfeden stüdyolar ve oyuncular tabiri caiz ise akın akın buraya akmakta... Dışarıdan izleyen kitlenin ise, "Nasıl dahil olunur?" diyerek peşinde koştuğu bir konjonktür (token, private sale, public sale, whiteList, game guild vb...) söz konusu. Hız ve yoğun talep kendine özgün, "özgür" bir market yaratıyor. Özgür ekonominin asıl anahtarı GameFi sektöründe oyunların tokenizasyon ve nft satışları aracılığı ile kendi kendilerini fonlayabilmelerinden kaynaklanıyor. 2022 başı itibari ile Game-fi sektörü için toplanan fon miktarı 4.83 Milyar dolar.

Kısaca günümüz durumunun özeti: "Oyunlar hızla ve ciddi bütçeler ile geliştiriliyor fakat henüz oyuncular oyunları yeterince oynamıyor..!?!". Yaşanan bu çelişkinin sebebi oyunların kompleks matematik ve finans hesaplamalarına dayanması. Bu duruma karşın problem insanların para kazanabildiği oyunların görece basit ve tekrara dayalı oyun mekaniklerinden oluşmasından kaynaklanıyor. Sektöre liderlik eden P2E oyunlar ise bilinen oyun sektörünün tüketicisinin alışkanlıklarına tam olarak oturmuyor. GameFi oyunlarını P2E(Play to/and Earn) oyuncuları ilk ve tek hedef olarak para kazanma amacı ile oynuyorlar.

Ne zamanki Play-and-Earn tabirinin yanına &Enjoy eklenir, işte o zaman GameFi sektörünün asıl patlamasını deneyimleyeceğiz. UGC90 olarak amacımız öncü oyun stüdyolarımız ile birlikte finansal özgürlük sunmanın yanında, oynaması da keyifli P&E&E oyunları hayata geçirmek. Konvansiyonel oyun sektörünün tüketicisini GameFi kurguları içerisine davet edip, kaliteli ve keyifli oyunlar oynatıp, oynadıkça para kazanmasını sağlamak. Türkiye oyun ekosisteminin, transformasyona hazır güçlü oyun stüdyoları ve P2E ile tanışmaya hazır 35M'luk oyuncu kitlesi ile döviz kazanarak, ülke ekonomisine katkı sağlayacak hale geleceğini inanıyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



MERİÇ ERYÜREK
VARDİYA
GAMES MARKETING
AGENCY KURUCU
ORTAK

2021 oyun sektörü tablosunun iki farklı rengi var: Espor, rekabetçi oyunlar ve mobil, hyper casual, indie oyun geliştirme, oyun donanımı satışı tarafında finansal açıdan hayret verici bir başarı yakaladık. Oyun sektöründeki herkes pandemi şartlarının satış ve oynama sürelerine pozitif yansımaları bekliyordu, bu büyüklükte bir etkiyi çok azımdır tahmin edebildi. Bu pembe tabloydu.

Negatif etkiyi AAA oyunlar ve büyük prodüksiyonlar tarafında yaşadık. Pandemi şartları ve önlemleri, uzaktan çalışma modeliyle yürümeyen AAA proje süreçlerini yavaşlattı. Oyuncu jargonuyla minimum altı aylık bir 'lag' yaşandı, bu da sektöre globalde bir yavaşlama getirdi. Etkisini 2022'de hissetmeye devam edeceğiz.

Metaverse ve block chain tabanlı oyunlar da gelecek haritasındaki yönümüzü göstermeye başladı. Beyaz gürültü yaratan .com etkisi hafifledikten sonra oyun sektöründe 2022 bu teknolojilerle beklenmedik bir ivmeyle gelecek.

Oyun ve espor etkinliklerinde de gerçek bir patlama bekliyorum, pandemi bize sosyal kimliklerimizin zannettiğimiz kadar sanallaşmadığını gösterdi. İnsanlar bir araya gelmek ve eğlenmek istiyor. Oyun etkinlikleri de iki dünyayı bir araya getiren tek etkinlik türü.

Genç segmentleri ve oyun sektörünü hedefleyen herkese bu iki kulvarda yüzmeyi öğrenmeyi tavsiye ederim. 'Oyun şimdi başlıyor' klişesi finans dünyası için hiç daha anlamlı olmamıştı.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



İSMET GÖKSEL
RÖNESANS
FUARCILIK VE
YAYINCILIK A. Ş.
FOUNDER / YK
BAŞKANI

2021 yılı fiziki aktiviteler için çok keyifli geçmese de, pandeminin getirdiği kapanışların sonuna yaklaştığımızı hissettik. Özellikle senenin son çeyreğinde, bazı offline aktiviteler de hız kazanmaya başladı. Oyun sektörü 2021 yılını, 2020'deki gibi online olarak tamamladı diyebiliriz. Fakat online tarafta da ivmelenmesini sürdürdü ve her türlü olumsuzluğa rağmen güzel haberleri bizlerle buluşturdu. Hem ülkemizin oyun stüdyolarının başarılarını takip ettik hem de global ölçekte satın almaları ve yeni oyunların çıkışlarına şahit olduk.

2022 yılı ise sektörün bir araya gelmesi konusunda daha açık olacak diye düşünüyorum. Özellikle bölgelerin en önemli fuarları 2022'de yüz yüze görüşmeler için açılacak gibi gözüküyor. Biz de GAMEX Dijital Oyun ve Eğlence Fuarı'nı 2 sene aradan sonra oyuncularla buluşturmak için çalışıyoruz. 19 - 22 Mayıs arasında yapmayı planladığımız fuar bu sene ilk kez Mayıs ayında olacak.

Özellikle seçtiğimiz Gençlik ve Spor Bayramı haftası, GAMEX'in genel karakteristiğine de uygun olacak şekilde planlanıyor. Türkiye'nin en köklü fuarı, 2 senelik Pandemi arasından sonra oyunlarla oyuncuları yine buluşturacak ve sektörün bir araya gelmesini sağlayacak. Özellikle son dönemde artan oyun stüdyoları ile Türkiye dünyada söz sahibi bir konuma geldi.

Fuarların da bu noktada oyunların oyuncuyla ve yatırımcıyla buluşmasına önemli bir rol oynadığına inanıyorum. O nedenle de fuar alanımızı oyun yapımcılarına açtık ve Game Factory ile birlikte GAMEX'te oyun firmalarına destek vereceğiz. Türkiye oyun sektörünün, 2022'de bir önceki senelerdeki gibi ivmeleneyeceğine ve büyüyeceğine inancım tam. Ümit ediyorum 2022 hem GAMEX'le hem de oyun sektörünün tüm paydaşlarına pandeminin etkisini unutturacak buluşmalar yaşatacak.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



ARDA GENÇ
FOUNDER & CEO
LIVAD
TECHNOLOGIES

Web 1.0 içerik tüketimini dijital dünyaya taşıyarak internet kullanıcıları için bilgiye ulaşımı demokratikleştirmişti. İçeriklerin bulunduğu web siteleri kullanıcılar için keşfin adresi olmuş, markalar içinse kullanıcılar hem ölçülebilir, hem de ölçeklenebilir biçimde ulaşmak için önemli bir fırsat doğmuştu.

Web 2.0 ile ise internet kullanıcıları içerik tüketmenin yanı sıra içerik üretebilmeye ve çevrimiçi topluluklar oluşturabilmeye başladı. Bu yeni fırsatlarla beraber Facebook, Instagram gibi kullanıcı tarafından oluşturulan içerik odaklı platformlar web sitelerinin çekici bir alternatifi haline geldi. Artık keşfin en önemli adresi sosyal medyaydı. Sadece bilgiye ulaşım değil, bilgiyi üretme de demokratikleşmişti ve dolayısıyla markalar da pazarlama eforlarının önemli bir bölümünü bu platformlara ve bu platformda içerik üreten yaratıcılara kaydırdı.

2021 çok ilginç bir yıldır çünkü NFT, Metaverse gibi aslında bir süredir var olan kavramların ana akım medyaya yerleşmesi Web 3.0'ın gündeme oturmasını sağladı. Web 2.0, Web 1.0'a göre gelişmiş fırsatlar sunsa da beraberinde getirdiği önemli sorunsallardan biri büyük teknoloji şirketlerinin içeriğin sahibi olarak konumlanmaları ve kullanıcıların verilerini kontrol etmeleriydi. Web 3.0 ile vaat edilen ve internet girişimcileriyle yatırımcılarını heyecanlandıran fikir ise merkeziyetsiz bir yapı ile dijital sahipliğin mümkün hale gelmesi. Bu değişim ile birlikte artık sanal dünyalar eğlence için vakit geçirilen ortamların ötesinde, elde edilen kazançların başka sanal dünyalarda ve hatta gerçek dünyada da değerlendirilebileceği platformlar olarak konumlanacak.

İnternet kullanıcılarının giderek daha büyük bir bölümü sosyalleşmek, bilgiye ulaşmak, ve bilgiyi paylaşmak için oyunları tercih ediyor. Özellikle Z kuşağı dinledikleri müzikleri, gündemi, moda trendlerini Fortnite, GTA V gibi oyunlar üzerinden keşfediyor. Kullanıcıların eğilimlerindeki bu kayma henüz yeni başlıyor ve önümüzdeki yıllarda artarak devam edecektir. Her zamanki gibi, markalar da kullanıcıların eğilimlerini takip edecek ve rekabette öne çıkmak için bu alanlarda var olmaya çabalayacaktır. 2021'de bunun örneklerini görmeye başladık ve önümüzdeki yıllarda özellikle oyun-içi reklamlara ve sanal evrenlerde içerik üreten yaratıcılara yapılan yatırımlarda büyük bir artış olacağını öngörüyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



MURAT KÖMÜRCÜ
CEO
BYNOGAME

Her geçen yıl zaten düzenli büyüyen oyun sektörü, pandeminin de etkisi ile geçen yıl zirvesini göyerek Hollywood'un ardından Amerikan müzik endüstrisini de geride bıraktı ve 2021 itibarıyla oyun sektörü dünyada 1 numara. ByNoGame olarak kimselerin görüp inanmadığı dönemlerden beri (çocukluğumuzu yakan atari salonlarında harcadıklarımız dahil.), oyun sektörüne yatırım yapıyor ve bir yandan kendimizi inşa ediyoruz.

2021 yılında oyun-içi alışveriş pazarında %13'e yakın bir artış bekleniyordu; biz 14. yılımız olan 2021'i, bunun çok üstünde %74 ile bitirdik. Oyuncular genel olarak kıvrak zekaya sahip sıra dışı bireyler. Sadece tüketici olup para harcamak istemiyorlar; bunun üstüne çıkarak satıcı da olmak ve oyun oynarken bir yandan para kazanmak istiyorlar. ByNoGame olarak oyuncuları bütün ihtiyaçları için bir arada tutabildiğimiz için çok mutluyuz ve bu doğrultuda kendimizi "Güven Satan bir Teknoloji Şirketi" olarak konumlandırıyoruz.

Metaverse, 2022 yılında bütün dünyanın daha çok konuşup anlamlandırdığı bir yıl olacak (Umarım beklentileri karşılar. NFT'ler dünyası daha çok pohpohlanıp, daha çok kişinin kripto varlıklarını kaybettiği ve üzüldüğü bir yıl olacak; ancak zamanla samanla çöp ayrışacak ve zamanla daha öz, daha sarıh bir anlama kavuşacağız).

ByNoGame yıllardır "Gameverse" içinde yer aldığı gibi Metaverse içinde de yer alacak, geliştirdiğimiz teknolojiler ile şimdiden buna hazır olduğumuzu gururla söylemek isterim.

15 yıldır her gün oyuncuların ihtiyaçlarını analiz ediyor, bu doğrultuda hizmetlerimizi ve kendimizi daha da geliştiriyoruz. Şu an yapay zeka destekli müşteri hizmetleri, veri bilimine dayalı dijital pazarlama, kullanıcı davranışı analizleri ile sürekli geliştirdiğimiz kullanıcı deneyimimiz var. Mükemmelleştirdiğimiz hizmetlerimizi bütün dünya oyuncularının yararına açacağız; 2022 yılı ByNoGame için globalleşme ve ülkemizi yurt dışında temsil etme yılı olacak. Sevgiler.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BURAK ÇEVİK
THE ACADEMYS
KURUCUSU VE
GENEL KURUL ÜYESİ

2021 senesi, oyun ve espor sektörü için etkisi gelecekte hissedilecek verimli bir yıl oldu. Uluslararası başarılarla imza atan ve rekor exitlar yapan oyun stüdyolarımız sayesinde, Türkiye'de oyun sektörüne 2021 yılı içerisinde 266 milyon dolar yatırım yapıldı. Oyun ve espor sektörüne özel VC'ler hayata geçti. LIVAD, ESA ve Publishme gibi girişimler, yatırımlar ve değerlemeler aldı. Ülkemizin içinde bulunduğu ekonomik kriz ve buhran dolu yıla rağmen espor diğer sektörlerle göre lider konumdaydı.

Kriptonun popülerleşmesi ve yükselişi ile birlikte burada bambaşka fırsatlar doğdu. Bu fırsatları ülkemizde de değerlendiren birçok işbirliği gördük. 2022 yılında kripto dünyasının devam edecek popülerliği ile birlikte, esporun geçtiğimiz dönemlere göre daha hızlı ivmeleneceği düşünüyorum. Girişim ekosisteminin bolca beslendiği, köklü değişikliklere hazırlanma yılı olarak niteliyorum 2022'yi.

The Academics olarak 2022 senesi içerisinde hayata geçireceğimiz Nerf IT! uygulamamızın yanı sıra; nitelikli eğitim, cinsiyet eşitliği ve insana yakışır iş amaçları doğrultusunda çalışmalar yürütmeye devam edeceğiz.



DR. METE TEVETOĞLU
TEKNOLOJİ VE FİKRİ
MÜLKİYET HUKUKU
ARAŞTIRMA MERKEZİ
DİREKTÖRÜ
TESFED YK ÜYESİ
HUKUKÇU

Oyun sektörü için 2021'de oldukça başarılı geçti. Oyun şirketleri hem ülkemizde hem de yurt dışında yerli ve yabancı pek çok seviyede önemli yatırımlar olarak teknoloji şirketlerinin arasında öne çıkmayı başardılar. E spor tarafında ise kurumsallaşma adımları atılmaya devam edildi. Blokzincir ürünlerinin bütünleştirildiği, tokenizasyonun arttığı oyun proje modelleri 2021'de dikkat çekici şekilde arttı. ICO- IDO ile oyun girişimlerinin fonlanması çok başarılı sonuçlar verdi ve bu giderek artacak. Metaverse, giyilebilir teknolojilerin artması ise 2021'de oyuna olan ilgiyi, sektörel büyümeyi destekler. Tabi ki tüm bunlar hep yasal, hukuki düzenlemeler, sözleşmeler, bazen uyumsuzluklar ekseninde hukuk alanında da çok net yansımalar yarattı.

Bir yandan konuyu sektörel ve ürün bazında diğer yandan yasal, hukuki, sözleşmesel ve hukuki bakımdan takip etmek, oyun ekosisteminin ulaştığı ve işaret ettiği hedefleri 2021'de daha net ve berrak bir şekilde görmek yıllardır bu alanda çalışan bir hukukçu olarak çok motive edici ve sevindirici. 2022'de oyun sektörünün metaverse ve blokzincirin yanı sıra donanımsal ürün ve hizmet geliştirmeleri ile yatırım, ürün, teknoloji ve kullanıcı yaygınlığı bakımından gelişimini dev adımlarla sürdüreceğine inanıyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



KAYRA KERİ KİPÇÜ
MONSTER
NOTEBOOK
OYUN PROJELERİ
YÖNETİCİSİ

Pandemiyle birlikte çok daha geniş kitlelere yayılan espor ve dijital oyun kültürü 2021 yılında hem iş dünyasının daha çok yatırım yaptığı hem de bireylerin gündelik hayatında daha çok yer bulan bir alan oldu. Buna paralel olarak, Facebook'un çatı şirketini Metaverse'ten esinlenerek Meta olarak değiştirmesi ve Metaverse yatırımların artacağına dair dikkat çeken söylemleri, Metaverse'ü teknoloji ve oyun ekosisteminin en popüler gündemlerinden biri haline getirdi. Geleceğe yatırım yapmak isteyenlerin adından sıklıkla söz ettiği NFT ve Metaverse gibi kavramları en çok sahiplenilenlerse oyun dünyasındaki gelişmelere pek aşina olmayanlardı. Bu teknolojilerin mekanizması, bu teknolojilerle yaratılabilecek fırsatlar ve gelecekteki olanaklar konusunda net bir kavrayışa sahip olmanın görüldüğü kadar kolay olmadığı bir dönemdeyiz. Buna rağmen bu alanlara yatırım yapma fırsatını kaçırmak istemeyen kurumların ve kişilerin genel kanılardan hareketle, heyecanlı atmosferin de etkisine kapılarak hareket ettiklerini gözlemliyorum. Metaverse'ün bizlere neler sunacağı hakkında yeterince bilgi sahibi olmadan, biraz panik psikolojisiyle gerçekçi olmayan bir gündem üretiliyor. Bu noktada yapılan çalışmaların çoğunun kısa vadeli ve deneysel olduğunu görüyoruz. Öte yandan video oyunu tutkunları bahsedilen Metaverse dünyasına aşina olmanın çok ötesinde, bugün Metaverse dünyası olarak tahayyül edilen birçok gelişmede etkin rol almışlardır.

Doğası gereği dinamik olan teknoloji ekosistemi günden güne yeni gelişmelere imza atıyor. Bu alanda fark yaratmak istiyorsak herhangi bir yatırım yapmadan önce yapılan inovatif girişimleri yakından takip etmek kritik bir önem taşıyor. Mevcut girişimlerden başarılı olanların yenilikçi yönlerini görmek ve bu başarının arkasındaki unsurları izlemek, başarısız olanların ise neden başarısız olduğunu detaylı bir şekilde analiz etmek gerekiyor. Oyun sektörü şu anda bu gelişmelerin merkezinde yer alıyor. Bu teknolojilerin potansiyelini keşfederken meta kavramıyla ilk kez tanışanların aksine, yıllardır bu gelişmeleri inşa eden oyuncuların öngörülerine güvenilmesi gerektiğini düşünüyorum. Onların öngörülerini ve başarılı girişimlere dair analizlerle Metaverse teknolojisine yapılacak yatırımlar konusunda daha sağlam adımlar atılabilir. Metaverse ve NFT gelişmeleri buz dağının görünen kısmı. Yapay zekadan Blockchain'e birçok farklı alanda çok heyecan verici gelişmeler oluyor. Pandemi sürecinde yaşanan gelişmeler de tüm bu teknolojilerin yayılmasını hızlandırıyor ve etki alanını genişletiyor. 2022 çok daha heyecan verici olacak. Oyun dünyası inovasyonun itici gücü olarak çok değerli bir ekosisteme sahip. Biz de Monster Notebook olarak bu ekosistemin gelişmesi ve zenginleşmesi için çalışıyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



ULUÇ ALİ KIRANGİL
HEAD OF
GAMING IN TURKEY

2021 yılı, 2020'ye göre gelir anlamında çok fazla değişime neden olmasa da birçok sektörün aksine Türkiye'de oyun sektörünün ivmelenmediği bir sene oldu. Kriz dönemlerinde oyun sektörünün daha da büyüdüğüne birçok kez şahit olduk fakat 2021'de farklı teknolojilerin de devreye girmesi ve daha kullanılabilir olmasıyla hem oyunlarda oyun oynama rakamlarında hem de stüdyo sayılarında artışlar oldu. 2020'deki hızlı çıkış 2021'de dengeyi sağlamış gibi gözükse de NFT oyunlarla 2022'deki ivmelenmenin, 2020'deki gibi olacağına inanıyorum. Oyun sektörünü stüdyolar, oyuncular, oyunlar, oyun fuarları gibi birçok konuyu içine alacak şekilde bir bütün olarak düşünmek gerekli. Oyun fuarları 2 senedir offline'dan online'a geçmek için çalıştılar ve birçok marka online ortamda bir araya gelerek B2B panellerde sektörün devamlılığı için çalıştı. 2022'de daha hibrit modellerle ilerlenecek ve zamanla eski haline geri dönüş olacaktır ama şimdilik pandeminin global etkilerini sektörde hala yaşayacağız. Bu da kriz döneminin devam ettiğini ve oyun sektörünün beklenenden daha fazla rakamlara ulaşacağını gösteriyor.

2022 yeni teknolojilerle ivmelenen oyunların senesi olabilir. Özellikle Blockchain ve NFT'nin hayatımıza girmesiyle, farklı oyun alt yapılarıyla hazırlanan içerikler önümüze çıkmaya başladı. 3 ve 4. çeyrekte bu tür oluşumların daha fazla görünür olacağını düşünüyorum. Şimdilik Play to Earn modelinin eğlenceyi ortadan kaldırarak para kazanmaya dayalı bir sistemle doğrudan oyun odaklı olmadığını söyleyen ülkeler ve NFT oyunları mağazalarına koymayan şirketler olsa da bir geçiş sürecindeyiz. Bu yeni teknolojilerin oyun dünyasına olan adaptasyonu bize farklı uygulamalara ve yönere doğru götürebilir. O nedenle uzağında kalmayıp kendi işimizde nasıl kullanırız mantığında hareket edecek firmaların kazanacağı bir düzene doğru ilerliyoruz. Yakın gelecekte, web3'ün de başlamasıyla, şimdilerde markaların en gözde terimi olan Metaverse'e de giriş yapmaya başlayacağız. Şu an bunun için uygun ortamın hazırlanması gerekiyor. Şimdiye kadar yapılan işler ve Türkiye'de birçok markanın trend şekilde ağzından düşürmediği Metaverse kavramı bir oyun entegrasyonu değildir. Oyunların içine reklam vererek Metaverse'e giriş yapamayız. 5 kişinin tek bir odada avatariyla görüşme yapması da bir Metaverse değil. Hepsinin için bir hazırlık. Şimdilik teknolojiğimiz Metaverse kavramı için yetersiz ama dediğim gibi yakın gelecekte bu kavram üzerine hem çok konuşacağız hem de çok üreteceğiz.

Yeni teknolojiler, yeni stüdyolar, yeni oyunlar ve yeni fikirlerle dolu bir 2022 bizi bekliyoruz. Türkiye artık oyun sektöründe dünyanın önemli merkezlerinden biri olmaya başladı. 2. Unicorn'unu çıkartan sektörümüzün gelecek dönemde başarılı işlerden aldığı rüzgarla daha da hızlanacağından şüphemiz yok. Büyük markaların sektöre olan bakış açılarını değiştirmesiyle de hem oyuncular için daha avantajlı ve eğlenceli hem de stüdyolar için daha geniş oyuncu toplulukları yaratılacak gibi gözüküyor. Zaten bu sektörde var olan markaların yanı sıra, kitlesine ulaşmak için oyun sektörünü tercih edenlerin de kazanacağı bir yıl olmasını diliyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



**MESUT CAN
COŞKUNÇAN**
GROWTH &
PARTNERSHIP LEAD
AT PLAYABLE
FACTORY

2021, hem Türkiye hem de dünya oyun sektörü için büyümenin devam ettiği, büyük satın almaların ve yatırımların gerçekleştiği bir yıl oldu. Yakın zamanda oyun dünyasının bu büyüme ivmesini devam ettireceğini ve kendine bağlı sektörleri beslerken sektör dışı oyuncularını da işin içine çekerek etki alanını genişleteceğini öngörüyorum.

Playable Factory olarak 2021 yılı bizim için oldukça yoğun, verimli ve hızlı geçti. Bu yıl toplamda 1.000 oynanabilir reklam üretimine ulaştık. Ürettiğimiz reklamların müşterilerimiz tarafından editlenebildiği Gearbox platformumuz üzerinde toplam 7.000 farklı versiyon oluşturuldu. Aynı zamanda dünya çapında 500 farklı B2B kullanıcı sayısına ulaştık.

Bu yıl yaptığımız iş anlamında ezber bozduğumuz bir yıl oldu. Oyun dışı markaları kapsayacak şekilde işimizi genişlettik ve Lego, Hasbro, Trendyol, Unilever, WPP gibi ve daha birçok marka ve ajansla işbirliği yaptık. İlk kez akıllı TV'ler için oynanabilir reklam ürettik. Aynı zamanda ana platformumuz olan Gearbox üzerinde iki yeni özelliği kullanıcılarımıza sunduk: Yayınlanan reklamların track edilip rakamlara dayalı iç görülerin elde edilebildiği "Gearbox Insights" ve mevcut oynanabilir reklamlarınıza görsel efekt ve filtreler ekleyip kolayca yeni versiyon üretebildiğiniz "Gearbox Graphics Editor".

2022, bizim için Ar-Ge ve büyüme stratejilerimize odaklanıp yeni yatırımlar yapacağımız "game changer" bir yıl olacak. Bu yıl oynanabilir reklam üretimine ek, gameplay video üretim sürecini hızlandırıp kolaylaştıran "Gearbox Video" toolumuzu oyun dünyasının kullanımına sunacağız. Bu sayede çok daha hızlı, bütüncül ve teknoloji odaklı hizmet veren bir yaratıcı teknoloji şirketi haline geliyoruz.

Son olarak her geçen gün daha fazla oyun dışı marka, oynanabilir ve interaktif reklam dünyasını keşfediyor. Şu anda metaverse, NFT ve P2E dünyasında yaşanan gelişmeleri de çok yakından takip ediyoruz. Elbette önümüzdeki yıl da şirketimizi oyun dünyasında yaşanan bu yeni gelişmelere en hızlı ve doğru şekilde adapte ederek reklam dünyasını hem oyun hem de oyun dışı markalar için yönlendirmeye devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



YEŞİM ALGAN
RAZER TURKEY
ÜLKE
GENEL MÜDÜRÜ

2021 yılı Türkiye'de ekonomik değişkenliklerin, hiper enflasyonun olduğu ama bununla birlikte Metaverse ve NFT gibi gelişmelerden bahsettiğimiz biraz kaygılı, biraz da heyecan dolu bir yıl oldu. Bu süreçte Türkiye'deki oyuncuların daha güvenli, daha hızlı ve fayda sağlayan birleşik kredi yapımızla birlikte tek bir enstrümandan yüzlerce oyun içeriğine, dijital eğlence platformlarına ödeme imkanı sağlıyoruz. Takımımız ile birlikte Türkiye'de ekonomik açıdan zor geçen 2021 yılına rağmen Türkiye'deki oyuncuların neredeyse tamamına dokunmuş olmanın haklı sevincini yaşıyoruz.

Razer olarak oyunculara sadece çevre birimleri üreten bir marka değiliz. Bizler, sevgili gamer'ların hayatlarının sadece bilgisayar başında, mobil cihazlarla veya konsolda TV karşısında geçmediğini gayet iyi biliyoruz. Oyuncu bizden, içimizden biri ve gündelik hayatlarını tıpkı oyun oynamayan insanlar gibi devam ettiriyor. İşte tam bu noktada Razer olarak bir gamer'ın hayatında onun ihtiyaç duyabileceği her alanı kapsamak için buradayız. Oyun oynarken zamanını en kaliteli bir şekilde geçirebilmesi için çevre birimlerimiz, en stilist görünüş için giyim ve tekstil ürünlerimiz, en güvenli ve hızlı ödeme ihtiyaçları için monetizasyon araçlarımız ve daha fazlası sevgili oyuncuların hizmetinde.

Daha fazla oyuncuya dokunmak, onlara Razer taraftarı olmanın vermiş olduğu sevinci daha fazla yaşatmak için 2022 yılında en sevdikleri markalar ile yan yana gelmeye, Razer Gold ürününde merakla bekledikleri yapımlarda en fayda sağlayıcı tekliflerle karşılına çıkmaya, Razer yeşilini Türkiye'deki tüm oyunculara ulaştırmaya devam edeceğiz. Çünkü mottolarımızda da belirttiğimiz gibi: "For Gamers. By Gamers." ve "Whatever you play, pay with Razer Gold"

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



SERTAÇ PIÇAKÇI
CEO
MASOMO

Newzoo'nun yayınladığı 2021 verilerine göre mobil oyun sektörü 93 milyar dolarlık hacmiyle küresel video oyun pazarının yarısından fazlasını oluşturuyor. Geçmişten günümüze geldiğimizde de mobil oyun sektörü 2019-2024 yılları arasında %114.1'lik yıllık bileşik büyüme oranıyla küresel oyun sektörünün büyümesinde lokomotif görevi görüyor. Büyüme gösteren her sektörde olduğu gibi rekabetin de her geçen yıl daha da arttığı bir dünyadan bahsediyoruz. Bu noktada sektördeki deneyiminiz sizi diğer rakiplerinizden ayıran en önemli faktörlerden biri haline geliyor. Ürün geliştirme, ürün yönetimi, tasarım, pazarlama, oyuncu yönetimi gibi alanlarda dünya standartlarının üzerinde işler çıkarabilme yeteneğini kazanmak uzun zaman alan işler. Geçmişte belirli başarıları elde etmek için kullanılan deneme yanılma yöntemlerinin maliyeti daha azdı. Şu anda her ne kadar pazara hızlı giriş için oyun geliştirme araçları geliştirilerek maliyetleri azaltsa da insan kaynağı ve pazarlama alanındaki maliyet artışları sektöre yeni giren ve deneyim elde etmeye çalışan şirketler için yüksek maliyet kalemleri olarak karşımıza çıkıyor. Bu alanlarda önceden deneyim elde etmiş şirketlerin geleceğe daha sağlam adımlarla gideceğini söyleyebilirim. Sektörde büyük şirketlerin küçük şirketleri satın alarak konsolidasyonun daha da önemli olduğu bir ortamda kendi elde ettiğiniz deneyimleri global arenada büyük başarılar elde etmiş bir şirketle birleştirdiğinizde bu sektörün çok daha rekabetçi bir oyuncusu haline geliyorsunuz. 2022 yılında da bunun örneklerini görmeye devam edeceğiz.

Pandemi süreci global mobil oyun sektörünü olumlu bir şekilde etkiledi. İnsanların evden dışarı çıkamadığı bir ortamda zaten oyun oynayan kitle daha da fazla oyun oynamaya başladı ama daha önemlisi daha önce oyun dünyasına hiç adım atmamış kitle de ilk defa özellikle mobil oyunları deneyimlemeye başladı. Bu durum da aslında pazarın büyümesini sağladı. Tabii her iyi gelişmenin bir noktada yan etkilerini de aradan yıllar geçtiğinde hissetmeye başlıyorsunuz. Pandemi sonrası tüm dünyayı etkisi altına almaya başlayan ekonomik daralmalar, enflasyon baskıları insanların yaptıkları harcamaları tekrar gözden geçirerek eğlence odaklı harcamalarını azaltma noktasına götürebilir. Şu anda bunu çok hissetmiyoruz ama önümüzdeki aylarda bu durum mobil oyun sektörünü gelir anlamında etkileyen faktörlerden birisi olarak karşımıza çıkabilir. Buna rağmen 2022 yılı geçtiğimiz yıllara göre daha düşük ama yine de büyüme ile geçecek bir yıl olacak.

2022'nin başından itibaren duyduğumuz çok büyük şirket satın almaları daha farklı oyun deneyimlerinin temellerinin atılacağı bir yıl olacak. Bilgisayar ve konsol oyunları alanında çok başarılı olan Take Two'nun mobil oyun alanında çok ciddi başarılar elde etmiş Zynga'yı satın alması konsol ve mobil oyunların daha da fazla birbirine yaklaşmasını sağlayacak. Bu da oyuncular için çok daha farklı deneyimlerin yaşanacağı yılların başlangıcını sağlayabilir.

Microsoft'un, Activision - Blizzard'ı yaklaşık 70 milyar dolara satın alması ise oyun sektörünün geldiği noktayı anlatma açısından tek başına çok önemli bir gelişme. Pazarlama maliyetlerinin arttığı ve Apple'ın pazarlama faaliyeti performansını ölçümleyebilme alanında kullanıcı gizliliği kapsamında aldığı aksiyonlar şirketlerin kendi içerik kalelerini oluşturmaya zorluyor. Böylece şirketler daha efektif pazarlama kampanyalarının daha az yapılabilceği bir ortamda içerik üreticileri satın alarak bunu uzun vadede daha efektif bir şekilde yapmayı planlıyorlar. Bu da 2022 yılı içerisinde daha fazla şirket satın almalarının yaşanacağı bir ortamı oluşturuyor.

Özetle; 2022 yılı oyun sektörü anlamında büyümenin devam edeceği ve büyük oyuncuların daha fazla söz sahibi olduğu, global şirket ve yatırımcı gücünü alamayan şirketlerin daha fazla zorlanacağı bir yıl olacak.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



LALE ERGİN
ESA ESPORTS &
MEDIA
KURUCU ORTAK VE
CEO

2021 yılı esportun global seviyede yakaladığı ivmeyi hızlandırdığı, dünya çapında en hızlı büyüyen sektörlerden birisi haline geldiği bir yıldır. Devam eden pandemi koşulları, 2020 yılında online dönüşümüne başlayan sektörün çok hızlı bir şekilde dijitalleşmesine ve online turnuvaların sektör normu haline gelmesine yol açtı.

Sektörün büyüyen ivmesi yatırım ve değer yaratma alanında da devam etti. Dünyanın en popüler esport takımlarından birisi olan FaZe Clan'in Amerika'da 1 milyar USD değer ile halka açılması, ESL ve FACEIT gruplarının birleşerek 1.5 milyar USD değer ile Savvy Gaming Group tarafından satın alınmaları işleminin başlaması 2021 yılına damga vuran önemli gelişmeler olarak yerini aldı.

ESA Esports & Media olarak biz de 2021 yılında son derece başarılı bir yıl geçirdik ve sektördeki en kurumsal ve önde gelen esport organizasyon firması olma yolunda sağlam adımlar attık. 2020 yılında piyasaya çıkan ve şu an dünyanın en popüler FSP oyunu olma yolunda hızla ilerleyen VALORANT özelinde, Riot Games ile gerçekleştirdiğimiz bir anlaşma ile, Riot Games'in 3 yıllık, münhasır VALORANT Ekosistem İş Ortağı olduk. ESA'nın kuruluşundan itibaren en önemli hedeflerinden birisi olan Türkiye esport ekosistemine sürekli, kaliteli ve dünya çapında markalı esport organizasyonları kazandırma yolunda böylece çok önemli bir adım atmış olduk. ESA bu anlaşma kapsamında, 2022 yılında VALORANT oyununun ilk Türk Millî ligini hayata geçiriyor. "Buna ilave olarak yine bu oyunun topluluk turnuvalarını düzenliyor, aynı zamanda da bölgesel ve global çaptaki VALORANT esport turnuvalarının canlı Türkçe yayınlarını da üstlenerek esport severlerin tüm yıl VALORANT oyunundaki en önemli esport organizasyonlarına erişmelerini sağlıyor."

2022 yılı ESA Esports & Media'nın yakaladığı bu büyüme ivmesini en iyi şekilde devam ettirdiği ve Türkiye'de esport alanında yapılan en kaliteli organizasyonların gerçekleştirildiği, kadın, profesyonel, amatör her gruptan esport severin kendine has rekabetçi turnuvalara doyacağı bir yıl olacak. Farklı oyunların uzun dönemli lig ve turnuva serileri formatlarına devam edecek olan ESA, aynı zamanda esport sektörüne kendi kazandırdığı ve uluslararası bir marka haline getirmeyi hedeflediği esport organizasyonları ve eğlence içerikleri ile de topluluğun keyifle takip ettiği bir mecra olacak.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



ÖMER SUNER
CEO
OZAN SUPERAPP

Pandeminin 2021 yılında da sürmesi kitleleri dijital olarak birbirine çok daha bağlı hale getirdi. Oyunlar bizi, özellikle de Z jenerasyonunu birbirine bağlayan unsurların başında geliyor. Bu değişim sonrası sektör büyük bir hızla büyüdü ve büyümeyi sürdüreceği öngörülüyor.

Bugün küresel ölçekte oyun sektörünün büyüklüğü 175.8 milyar dolar. 2025 yılına kadar bu rakamın yaklaşık 220 milyar dolara erişmesi öngörülüyor. Türkiye ise, 1.2 milyar dolar ile bu pazarın içinde 18. sırada yer alıyor. Ülkemizde de oyun sektörü her geçen gün gelişiyor ve büyüyor. Araştırmalar, 85 milyon nüfusa sahip ülkemizde 43.2 milyon kişinin oyun oynadığını gösteriyor. Bu kitlenin önemli bir kısmının oyun içi satın alımlar yaptığını biliyoruz. Öte yandan oyun sektöründeki girişimlerimizin yüksek değerlemelerle yatırım aldığı haberlerini her geçen gün daha sık duyuyoruz ve gururlanıyoruz. Burada topyekün gelişen ve büyüyen bir ekosistemden bahsetmek mümkün. Ozan Elektronik Para A.Ş. olarak bu büyümeyi dikkatle takip ediyor; ürün ve servislerimizi oyun dünyasını hedef olarak geliştiriyoruz.

Global bir fintech olarak Ozan SuperApp ile önce ülkemizdeki 43 milyon, ardından dünyadaki milyonlarca oyuncuya finansal servisler ve günlük hayatı kolaylaştıran hizmetleri bir arada sunacağız. Ozan SuperApp aracılığıyla, kullanıcılarımıza anında ücretsiz TL/USD/EUR hesabı açma, diledikleri anda hesaplar arası ücretsiz para gönderip alma, kendilerine ait banka hesabına 7/24 ücretsiz para transfer işlemi gerçekleştirme gibi hizmetler sunuyoruz. Uzun zamandır beklenen ve hiçbir aylık aidat bedeli olmayan ön ödemeli Ozan SuperCard'ı da nihayet kullanıcılarımızla buluşturduk. Ozan SuperCard sahiplerine, oyun alışverişlerinden ticarete, uçak ve otobüs bileti satın alımından market alışverişine kadar günlük hayata dokunan birçok alanda cashback, yani harcama yaptıkça anında nakit kazanma imkanı sunacağız.

Ozan SuperApp ve Ozan SuperCard için geliştirdiğimiz tüm fonksiyonları, tamamen oyuncuların ihtiyaçları ve kullanım alışkanlıkları doğrultusunda tasarlıyoruz. Bireysel oyuncudan espor takımlarına kadar tüm oyun ekosisteminin favori finansal hizmeti olmayı hedefliyoruz. Oyun markalarıyla yaptığımız iş birlikleri aracılığıyla, oyun dünyası özelinde indirimler, en ucuz e-pinler, oyun kodları gibi fırsatları sürekli olarak sunmaya ve kullanıcılarımızın tüm alışverişlerinden kazançlı çıkmasını sağlamaya devam edeceğiz. Sadece oyun ekseninde değil, bu kitlenin yaşamının tüm alanlarında yanlarında olabilmek adına yıl boyunca çok çeşitli cashback fırsatları geliştirip bunları kullanıcılarımızla buluşturmayı hedefliyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



ALİ BARUTÇUOĞLU
LOCPICK
CO-FOUNDER
& CEO

2021 yılı, Türkiye oyun pazarına olan ilginin tüm beklentilerimizi aştığı bir yıl oldu. Locpick'i kurduğumuz yıllarda, yani 5-6 sene önce Gamescom gibi etkinliklerde Türkiye oyun pazarını ve Türkçe yerelleştirmenin önemini yabancı firmalara açıklamaya çalışıyorduk. Şimdiyse onlarca yabancı oyun firmasının Türkçe yerelleştirme için kendi kendilerine bize ulaşması, Türkiye pazarına bakış açısının ne kadar değiştiğini gösteriyor.

Disco Elysium, Dying Light 2, Baldur's Gate 3 gibi devasa oyunların resmi Türkçe yerelleştirmeyle çıkacak olması birkaç sene önce hayal edemeyeceğimiz gelişmeler olurdu. Bu oyunlar gibi hikâye odaklı, yüz binlerce kelime içeren "ağır" oyunların bile Türkçe yerelleştirmeye sahip olması hem ülkemizin oyuncuları hem de sektör paydaşları için müthiş gelişmeler ve pazarın geleceğine yönelik son derece olumlu sinyaller.

Öte yandan League of Legends, Fortnite, Valorant gibi oynaması ücretsiz, çevrimiçi oyunlar ülkemizde her zamanki popülerliğini korumaya devam ediyor. Bu oyunların tüm ilgili içeriklerinin hem oyun içinde hem de oyun dışında Türkçe yerelleştirmeye sahip olması, bu oyunların başarısında küçümsenmemesi gereken bir etken.

Bu yıl yerli oyun geliştiricilerimizin de dünyanın farklı oyuncularına hitap edebilmelerine yardımcı olmaya devam ettik. Mayhem Brawler gibi yerli oyunları 10+ dile yerelleştirerek farklı ülkelerin oyuncuları ile buluşturduk. 2022 içinde de hız kesmeden hem yerli oyunlara hem de merakla beklenen yabancı oyunlara yerelleştirme, seslendirme ve müzik hizmeti sağlamaya devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



HAMZA SÖNMEZ
YÖNETİCİ ORTAK
SANGAL ESPORTS

2020 yılında tamamladığımız rebrand sürecimizin ardından 2021 yılı Sangal Esports için genişleme ve yeni pazarlara açılma aksiyonları ile geçti. Özellikle yılın ikinci yarısıyla birlikte öncelikle kurumsal yapımızı Hollanda'ya taşıyarak ilk adımı attık ve artık Sangal'ın adımları Avrupa'da da ses getirmeye başladı. Devam eden süreçte amiral gemimiz olan ve desteklemekten büyük keyif aldığımız CS:GO takımımızda genç, gelecek vaadeden ve kulübümüze uzun yıllar katkı sağlayacak oyuncular arayışına girdik çoğunlukla Avrupa'da yaşayan oyunculardan kurulu bir ekiple yola devam kararı aldık.

Tüm bu değişikliklerle beraber artık yönümüzü Avrupa bölgesine çevirmiş olduk ve yıl içerisinde hem Hollanda'da hem Fransa'da pek çok Esport etkinliğine katılarak vizyonumuzun ve hedeflerimizin ne kadar kabul gördüğünü ve doğru yolda olduğumuzu gördük.

Aksiyonlarımız sadece CS:GO ile sınırlı kalmadı. Mobil oyunlar kategorisinde League of Legends: Wild Rift esporuna dahil olduk. Kısa süre içerisinde bir araya gelen takımımız, yılın sonuna doğru uluslararası turnuvalarda önemli başarılar elde etti.

2021 yılına ait son önemli gelişme ise VALORANT esporuna bir kadın takımı üzerine yaşandı. 2022 yılında duyurulacak olan takımımızla ise VCT Game Changers'ta mücadele edip ülkemizi en iyi şekilde temsil etmeyi hedefliyoruz ve bu ekosistemde süreklilik arz eden istikrarlı takımlardan bir tanesi olmak istiyoruz.

Pandeminin etkilerinden kurtulmaya başladığımız 2021 yılının ardından, 2022 yılında Sangal Esports olarak yurt dışı iş birliklerimize daha fazla odaklanıp, yaygınlaşma üzerine odaklanacağız. Buradaki çalışmalarımızın akabinde, 2022 yılının özellikle ikinci yarısında yeni oyunlarda ve yeni ülkelerde Sangal'ı görme şansınız yüksek!

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



CEM NAHİT KONE
NETMARBLE PC
DEPARTMANI
DİREKTÖRÜ

Oyun sektörünün gelir ve kullanıcı sayıları anlamında diğer tüm eğlence sektörlerinin önünde yoluna devam ettiğine 2021 yılında da şahit olduk. Bir çok alt kategoride de bu önderlik ve hatta büyüme devam etti. Yeni alt kategorilerin olduğu oyun sektörü, daha da fazla kaynak ve içerik üretmeye devam edecek gibi duruyor. Yatırımcıların bu alana ve alt kategorilere ilgisinin artarak devam ettiğininin de altını çizmek lazım. Bu yazımda, sektörde büyüme ivmesi yakalayan alt kategorilerden bahsetmek istiyorum:

- VR ve AR: Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik alanlarında özellikle Facebook'un META duyurusunun ardından satışlarda ve içeriklerde büyük bir artış yakalandığını gözlemledik. Oculus store tek başına 1 Milyar dolar üzerinde bir gelir açıkladı ve gün geçtikçe hem gelir, hem de kullanıcı rakamlarında yükselişin devam edeceğini ön görüyorum.
- Play to earn (NFT Gaming): Bu kategori daha emekleme aşamasında olmasına rağmen 10 sene içerisinde kullanıcılar ve oyun geliştiricileri açısından önemli bir noktaya geleceğini düşünüyorum. Oyuncu ve bir çok ufak yatırımcı gözünde halen daha güven vermeyen bir ortam olarak algılansa da, zaman içerisinde yüksek oranda NFT gaming kullanıcısı göreceğimizden eminim.
- Üyelik sistemleri: Üyelik sistemi ile bir çok oyunu bünyesinde kullanıcılara sunan platformlar büyümeye devam ediyor. Xbox Game Pass derken Playstation da bu alana girebileceğinin sinyallerini veriyor. Üyelik sistemlerine "online game streaming" platformlarını da eklemek gerekir ve 10 yıl içerisinde internet hızlarının da artması ile daha fazla kullanıcının bu platformlardan faydalanacağını düşünüyorum.

Küresel ölçekte baktığımızda ise bu bahsettiğim kategorilerde bu yıl çok fazla rekabetin olacağını, düşüp kalkan veya yerden kalkamayan çok fazla irili ufaklı girişimin ve yatırımın olacağını düşünüyorum. Geldiğimiz noktada Türkiye için sektör adına güzel gelişmelerin olması beni sevindiriyor ve mobil alanda daha çok başarılı girişimler çıkaracağımızdan eminim.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



**BURAK GÜVEN
AKMENEK**

FRAGTIST.COM &
FIBER PR KURUCU
OYUN YAPIMCISI

Türkiye’de 2021 yılı aslında bir önceki yılın devamı niteliğinde oldu diyebiliriz. Daha çok, hatta belki de haddinden çok mobil oyun firmasının kurulduğuna şahit olduk. Öyle ki memlekette en acemi mobil oyun yapımcısının bile yüksek maaşlarla işe alındığı ve firmaların birbirinden eleman çaldığı bir sene geçti.

Bir yanda elde bulunan kadroyu dengelemeye çalışan firmalar bir yanda da daha iyi imkanlarla yer değiştiren çalışanlar varken bunun üstüne yurt dışına kaçış da azalarak da olsa devam etti. Mobil tarafta çalışanlar tarafında bunlar görülürken PC tarafının ise nispeten uykuda olduğunu söyleyebilirim.

Bence 2021 yılı Türkiye açısından sektörde taşları oturduğu bir yıl oldu. Ama asıl patlama 2022 yılında yaşanacak diye düşünüyorum. Çünkü önceki yıllarda sektör sadece yatırımcı ve stüdyolar açısından değil bununla ilgili Bakanlıklar ve hukuk firmaları açısından da gelişme gösterdi. Ülkemizde artık oyun hukuku alanında daha çok kitap çıkmakta. Üniversitelerde ise özellikle 2022 yılında daha çok imkan açıldığını göreceğiz. Sektörle ilgili bir başka gelişme ise tabii ki Blockchain yapısı üzerine kurulan oyunlar, alt coinler, NFT ve Metaverse tarafında oldu. Bu yazıya sığmayacak kadar uzun uzadıya konuşulabilecek bu konular sektörde bambaşka birçok fırsat doğururken yanında belirsizliklerle ilgi tartışmaları da getirdi. Zaten “sanal” bir sektörün espor vb taraflarını anlatmaya çalışırken yukarıdaki terimlerin akıllarda somut bir yer bulması için toplumla daha basit ve açıklayıcı bir iletişimin kurulması gerektiği şart.

Özetle, oyun sektörü heyecanını daha da üst vitese çıkartarak hızla gelişmeye devam ediyor. Ben de 2021 yılının son ayında kendi oyun firmam Singin Giant’ı kurarak PC tarafından çalışmalarına başlamış olmamın mutluluğunu yaşıyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BİLGE KARAGEYİK
HEAD OF
MARKETING
GAMING IN TURKEY

Dünyada ve ülkemizde konvensiyonel pazarlama teknikleri doyuma ulaşmaya yüz tuttu. Çoğu markanın dijital transformasyonunu tamamlamasıyla birlikte dijital pazarlama teknikleri her sektöre, medya kanalları aracılığı ile adapte edildi. Bu noktada oyun sektörünün canlılığıyla birlikte alternatif bir kanal olarak görüldüğünü, markaların odaklandığı bir alan olduğunu söyleyebiliriz.

Sosyal medyanın hayatımızın bu kadar içinde olması ile pazarlama kanalları yaşayan platformlarda, her an ulaşılabilir ve ölçümlenebilir bir şekilde ortaya çıkıyor. Oyun, yaşamın içerisinde ve çoğu kişinin yaşam şekli haline gelmiş bir olgu. Oyuncuların dünyalarına görsel, işitsel hitap etmek ve ihtiyaçlarına yönelik adımlar atmak için onların dillerine ve dünyalarına hakim olmak gerekiyor. Teknolojik gelişmeler oyun sektörünün büyümesinde etkili ancak sosyal medya ve canlı yayın platformlarının etkilerini yadsımamak gerekli. Canlı yayın platformlarının gelişmesi, pazarlama kanallarının artması açısından önem arz ediyor.

Son yıllarda dijital pazarlamanın gelişmesi ile birlikte en önemli şey veri haline geldi. Dolayısıyla oyuncunun hangi platformda ne kadar zaman geçirdiği, neyi ne kadar tükettiği ve tüketme eğiliminde olduğunu çeşitli metriklerle ölçümleyebiliriz. Influencer pazarlama, canlı yayın mecralarında oyuncuları buluşturan ve birliktelik hissi yaratan bir kavram. Markalar da bu sayede kitlelere, alternatif kanallar aracılığı ile erişim imkanına sahip oluyorlar. Yeter ki tüketicilerin algı, beklenti ve eğilimleri doğru ölçümlenebilsin.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BIROL SÜLÜK
LOGITECH TÜRKİYE
VE ORTA ASYA
BÖLGESİ
PAZARLAMA
MÜDÜRÜ

Teknolojik yenilikleri ve sektörümüze ilham veren gelişmeleri yakından izleyen, bunlara öncülük eden bir marka olarak, oyun sektörüyle iç içe yaşıyoruz. Pandemi dönemiyle birlikte artan oyun alışkanlıklarının kalıcı hale gelmesi ve her geçen gün daha önemli bir eğlence aracı olarak görülmesinden dolayı oyun sektörü gelişmesini hızla sürdürüyor. Tabii buradan hareketle oyun sektörüne yapılan yatırımlar da giderek artıyor.

Logitech, inovatif yatırımları, ürünlerinin tasarımı, performansı ve fonksiyonelliğiyle sektöre örnek gösterilen ve trend oluşturan bir marka. Bu nedenle oyun ve espor dünyasının bizzat içinde ve sektörün beklentilerinin ötesinde, ürünlerimizle öncü konumda olmamız gerektiğine inanarak hareket ediyoruz. Esport alanındaki gelişmeler, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de hız kesmeden devam ediyor. Oyun ekipmanları ürettiğimiz Logitech G markamızla, oyun deneyimini en üst seviyelere çıkarmak ve sektörü geliştirmek adına, dünyada ve Türkiye’de farklı alanlarda birçok çalışma yürütüyoruz.

Küresel çapta Na’Vi, Astralis, G2, DAMWON Gaming, TSM gibi buldukları liglerin ve oyunların en önde gelen takımlarıyla partnerliğimiz bulunuyor. Ayrıca LEC gibi en önde gelen liglerle de çalışmalarımız mevcut. Bunlara ek olarak McLaren işbirliğiyle küresel anlamda yarış ekosistemini sahiplendiğimiz Logitech McLaren G Challenge turnuva serisine devam ediyor ve büyük bir ilgiyle takip edilen Türkiye ayağını da düzenliyoruz.

Logitech G markamızla dünya çapında yaptığımız yatırımları Türkiye’de de sürdürmek için çalışıyoruz. Bu kapsamda 2021’de VFŞL’nin sponsoru olduk. Ayrıca Supermassive ile devam eden iş birliğimiz sayesinde takımın ve sporcularımızın performansına katkı sağlarken, esporun ülkemizde daha bilinir olmasına, yaygınlaşmasına da destek oluyoruz. Son olarak Türkiye’yi uluslararası düzeyde temsil eden Sangal Esports takımının ekipman sponsorluğunu üstlendik.

Öte yandan hassasiyetle yaklaştığımız diğer bir konu oyun ekosisteminde yer alan kadın oyuncu oranı ve bu oranın artması için yapılabilecekler. Logitech G olarak kadın oyuncuların kendi tarzlarını ve performanslarını yansıtacakları ürünler tasarlarken ek olarak ek olarak “Eşit Oyun” ismini verdiğimiz güzel bir farkındalık projesi başlattık. Bu projedeki amacımız, oyun ekosisteminde kadınların ciddi anlamda rol aldığını ve çok başarılı işler yaptığını vurgulamak ve bu yolla daha fazla kadın oyuncuyu bu dünyaya kazandırmak.

Önümüzdeki dönemde de ekosisteme desteklerimizi sürdüreceğiz çalışmalar yapmaya devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



CİHAN ÇELİKÖRS
DİREKTÖR
IGG

2021 senesi özellikle mobil sektörde Türkiye için oldukça hareketli idi. Sadece IGG ile kalmayıp, birçok oyun firmasının büyük reklam/pazarlama çalışmalarına tanık olduk ve birçok oyunun Türkiye genelinde önceki senelere göre daha fazla yerel etkinlik yaptıklarına şahit olduk.

Özellikle oyuncu sayısı açısından Avrupa pazarı kadar önemli yer tutan Türkiye mobil oyun alanı ciro alanında da pek geri kalmadı. Yaşanan döviz kuru değişimi sebebiyle yine birçok oyunun bu durumdan olumsuz etkilendiğine tanık olsak da oyuncu sayısı açısından hiçbir azalma yaşanmadı.

2022 senesinde ekonomik şartların daha iyi olması mümkün olur ise bunun tüm oyun sektörüne çok büyük etkisi olacağını düşünüyorum. Bu sırada yerel ödeme kampanyaları, yerel ödeme metodları gibi çözümlere daha da ağırlık verildiğini görmekteyim.

Bu durum genel olarak mobil oyun sektörü için olumlu etki yaratacaktır. Bunların yanı sıra Türkiye Hyper Casual alanında da çok agresif bir büyüme sergilemekte ve her geçen sene çok daha iyi şekilde adını duyurmaktadır. 2022'de özellikle Hyper Casual alanında büyük bir yatırım artışı olacağını düşünüyorum.



SEMA YILDIZ
ACER TÜRKİYE
PAZARLAMA
MÜDÜRÜ

2020 yılında, artan PC talebine katkısı olan kategorilerden biri olarak karşımıza çıkan oyuncu bilgisayarlarına olan talep 2021 yılında da artış gösterdi. Geçtiğimiz yıl hem CES'te hem de Mayıs ve Ekim aylarında gerçekleştirdiğimiz küresel basın konferanslarımızda en yeni teknolojilerle donatılan, farklı hedef kitlelere uygun ürünlerimizi duyurduk. 2021'de bir önceki nesle kıyasla yüzde 10 performans artışı sağlayan 5. Nesil AeroBlade 3D fanımızı ve gelişmiş termal teknolojilerimizi Predator dizüstü bilgisayarlarımıza entegre ederek en ağır oyunlarda bile dizüstü bilgisayarların sıcaklığının kontrol altında tutulmasını sağladık.

16 EMEA ülkesinde/bölgesinde gerçekleşen Predator SIM Racing Cup'a en çok katılımcı sağlayan ilk üç ülke arasında yer aldık ve ulusal sıralamada ilk üçe giren yarışmacılara Predator masaüstü bilgisayar ve monitör de dahil olmak üzere Predator ürünlerimizden hediye ettik. 2022 yılında tedarik süresinin geçen seneye kıyasla daha iyi olacağını ve kullanıcılarımıza en yeni ürünlerimizi daha kısa sürede ulaştıracağımızı düşünüyoruz. Oyun dizüstü bilgisayarlarında farklılaşan şık tasarımları, incelen çerçevelerle daha yüksek ekran/gövde oranlı cihazları göreceğiz. Ultra ince Swift serimizdeki cihazlarımızda da oyun dizüstü bilgisayarlarında gördüğümüz ekran kartlarını göreceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



CİHAN AĞAÇİŞİ
OVERSEAS
PUBLISHING
DIRECTOR
WIZARD GAMES
GLOBAL LIMITED

2021 yılı, oyun sektöründe uçların yaşandığı bir yıl oldu. Pandeminin negatif etkilerini hissetmeye devam ettiğimiz bu yılda, büyük beklentiler ile yolunu gözlediğimiz birçok AAA oyun maalesef bizi hayal kırıklığına uğrattı. Buna ek olarak bu yıl da yeni nesil konsollarda tedarik sıkıntısı yaşamaya devam ettik. İşler tam da burada ilginçleşiyor. 2020 yılında eve kapanmaların daha sık yaşandığı dönemlerde zirve noktasına ulaşan oyun sektörü, insanların yavaş yavaş normal hayatlarına dönmesine ve pandeminin getirdiği üretim, tedarik gibi sıkıntılara rağmen 2021 yılında da büyüme göstermeyi başardı.

Yaşanan aksiliklere rağmen, sektörün önde gelen firmalarından devasa satın almaların gerçekleştiği, rekabetin kızıştığı bir yıl geçirdik. Diğer yandan Metaverse, NTF, Play to Earn, Cloud Gaming, abonelik usulü oynama gibi trendler hem oyun dünyasını hem de genel olarak iş dünyasını bir hayli meşgul etti. 2022 yılında bu trendler hakkında daha çok konuşulacağını ve bu alanlarda daha elle tutulur çalışmalar görmeye başlayacağımızı düşünüyorum.

Türk oyun sektörü ise özellikle mobil oyun alanında yükselişine son surat devam ediyor. Geçtiğimiz yılda da Türk oyun firmaları yabancı yatırımcılar için cazibe merkezi olmaya devam etti. Edilen başarıların girişimcilere ve geleceğin girişimcilerine örnek olmaya devam edeceğini, ve sektörün Türkiye'de büyümeye devam edeceğini düşünüyorum.

Wizard Games olarak biz de gelişmeleri heyecanla takip ediyor, oyunlarımızı yakın süre zarfında Türkiye ve diğer batı ülkeleri ile tanıştırmak için son surat çalışıyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



**MEHMET UMUR
ERMEÇ**

CO-FOUNDER & CEO
AT TIPLAY STUDIO

2021 Türkiye oyun ekosistemi için muhteşem bir yıl oldu. Türkiye'nin AppStore ve Playstore hakimiyeti, blockchain, kazanmak için oyna (play-to-earn) ve anlık oyunlar gibi diğer oyun dikeyleri için kaya gibi sağlam bir temel oluşturan video oyunu endüstrisi üzerindeki hakimiyetini güçlendirdi. Habitatın güç merkezi olarak, Türk hyper-casual oyun geliştiricileri ve yayıncıları 2022'de büyümenin ana kaynağı olacak.

"Hyper-casual mafia", farklı türler ve alt türler aracılığıyla büyük kitlelere ulaşmalarını sağlamak için daha fazla oyun girişimcisini, bağımsız yapımcıyı ve stüdyoları güçlendirecek. Beklenti setleri ve rekabet daha zorlu faktörlere dönüştükçe fikir, yaratıcılık ve geliştirme yetenekleri daha da önemli hale gelecek. İleriye dönük olarak, daha geniş bir ürün yüzeyi ve küresel arenada daha büyük bir varlığı tetikleyen eşsiz becerileri, iç görüsü ve vizyonu nedeniyle ekosistemimize giderek daha fazla insanın yatırım yapmasını bekliyorum.

Video oyunu sektöründe mesleki eğitimin Türkiye için bir diğer önemli büyüme kanalı olacağına inanıyorum. Kuluçka merkezleri, hızlandırıcılar, eğitim kampları ve çıraklık programları gibi alışılmışın dışında beceri kazandırma ve yeniden beceri kazandırma programları, yüz binlerce eğitimli ancak işsiz gence başarılı kariyerler için uygun yollar sunacaktır.

Film, animasyon ve yazılım gibi diğer yaratıcı sektörlerden profesyonellerin de Türk oyun ekosistemine akın edeceğine inanıyorum. Türkiye'nin mobil oyun başarısını 2022'de daha bütüncül bir zafere dönüştüreceğine ve video oyunu sektörünün en hızlı büyüyen diliminin sahibi olarak ortaya çıkacağına eminim.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



SİNAN AKKOL
FIBER GAMES
KURUCU ORTAĞI

Heyecan Dorukta!

2021 yılı hem Türkiye, hem de global oyun piyasasında son derece hareketli ve heyecanlı geçti. Yerel firmalarımızın aldığı yatırımlar oyun sektörünü yine manşetlerden indirmezken, global ölçekteki Microsoft - ABK, Take 2 - Zynga gibi devasa firma satın almaları da hem ne tür değişim rüzgarlarının eseceği sorusu etrafında heyecana, hem de tekelleşme endişesi üzerine tartışmalara sebep oldu.

2022'nin hem mobil, hem de PC/konsol oyunları kanadında çok daha hareketli geçeceğini düşünüyorum. Amazon, Meta gibi devler Microsoft'tan geri kalmamak için stratejik satın alma görüşmelerine başlamıştır. Sony de nispeten daha ufak satın alımlarla elini güçlendirmeyi planladığını düşünebiliriz.

Türkiye'de son 2 yıldaki mobil/casual/hypercasual oyun üretim hacim ve kabiliyetlerindeki artışın meyvelerini bu yıl de hem yeni yatırımlar, hem de artık piyasayla buluşan yeni oyunlar olarak görmeye başlayacağız. Her ne kadar son kullanıcıların tepkisini çekseler de blok zincir üzerinde geliştirilmiş oyunların da gerçek anlamda oyuncu ve yatırımcıların ilgisini çekmeye başladığı bir yıl olacağını, bunun da ayağı yere basan projelerin sağlıklı ekosistemler kurmasıyla mümkün olacağını düşünüyorum. Ayrıca, mobil tarafta artan iş gücünün yavaş yavaş daha kompleks, PC/konsol kanadındaki oyun yapan firmaları beslemeye başladığını da göreceğiz.

Kısacası, her bakımdan çok hareketli ve heyecanlı bir yıl bekliyor oyun sektörünü!

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



TANSU KENDİRLİ
OYUNDER
BAŞKANI

Her yıl yüzlerce yeni ekip kuruluyor. Bazıları hızla şirketleşip yatırım alıyor bazıları ise yayıncılarla anlaşarak yolculuklarına çıkıyorlar.

Türkiye Dünyadaki en dinamik altyapılardan birine sahip. Bizim kayıtlarımızda şirket sayısı 500'ün üzerinde ancak büyüme ve kurulma hızlarını düşünürsek bu rakam bu iki yıl içerisinde çok daha fazla büyüebilir. 40 milyon kişilik bir oyuncu havuzumuz var bu rakam 3-4 yıl önce 32 milyon civarındaydı. Mobil oyun pazarının hızlı büyümesi Türkiye'yi özellikle çok olumlu etkiledi. Ekiplerin yapısı ve sayısının özellikle bu alanda büyümeye son derece uygun olması nedeniyle son 5 yıl içerisinde bugün ve geçen yıllarda medyada sürekli gördüğümüz haberleri artık sürpriz oluşturmuyor. Türkiye dünyada bu alanda en eski kültüre sahip olan ülkelerden biri olmadığı halde Oyun alanında son derece ciddiye alınan dinamik bir ülke. Yatırımcıların ilgisine çok yoğun. Yalnızca Oyun değil aynı zamanda Oyuna bağlı teknolojilere ve güçlü yayıncılara da sahip.

Oyun sektörüne özel fonları, hızlandırma ve kuluçka programları ile bu alana yönelen gençlere daha büyük fırsatlar yaratan bir ekosistem gelişti. Bu 12 yıl önce bulunduğumuz noktadan inanılmaz farklı bir dünya. Bunu hisseden girişimciler, yatırımcılar, kamu ve özel işletmeler dur durak bilmeden bu alanda biz daha başarılı olabiliriz diye çalışıp emek harcıyorlar. Türkiye'nin 5 ila 10 yıl içerisinde Oyun pazarının en saygın ekosistemlerinden biri haline geleceğini öngörüyorum. Üstelik bunu sadece ben söylemiyorum görüştüğümüz hemen hemen tüm yabancı dostlarımız da bunu ön görüyorlar.

Bununla birlikte Türkiye'ye özel sorunlar ile Oyun sektörünün genel sorunları birbirine bağlantılı.

Yetenek ile iş gücü havuzumuzun gelişim hızının, sektörün ve girişimcilerin gelişim hızı ile yaklaşması önemli.

Özellikle bazı oyun alanlarında oyuncu kazanım maliyetlerinin yükselmesi ve bununla birlikte platformların oyunculara kişisel verilerin korunması ilkesine nedeniyle ulaşımaya koyduğu sınırlar bazı Oyun türlerinde maliyetleri yükseltiyor. Ancak bu sadece bizim değil bu alanda rekabet eden herkesin yaşadığı ortak sorun. Bu durum pazarlama bütçelerinin yükselmesi ve bu seviyede tutulmasını zorunlu kılıyor. Çözüm daha fazla bilgi sahibi olabilecek altyapıların geliştirilmesi ve bu altyapılardan daha verimli nasıl yararlanılabileceğinin kavranarak içselleştirilmesinde yatıyor. Yatırımcıların doğru girişimcileri en hızlı şekilde finanse edebilmesi de önemli. Bu alanda yatırım teşviklerinin de geliştirilmesi güçlendirilmesi lazım.

Oyun sektörü hızlı ve güçlü adımlarla büyümeye devam edecek. Oyunder olarak bu ekosistemin gelişmesine her alanda katkıda bulunmaya devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



**FARUK FURKAN
AKINCI**
FIBER GAMES
KURUCU ORTAĞI

2021, Dünya oyun sektörünün pandemi koşullarının etkilerini hissettiği ve bu durumla yeni mücadele yöntemlerinin ortaya çıktığı bir yıldır. Birçok projenin ertelendiğini ve türlü vaatlerle ortaya çıkan büyük prodüksiyonların ciddi anlamda ölçek küçülttüğünü gördük. Büyük yayıncıların amiral gemisi markalarının, azaltılmış içeriklerinden ya da yetiştirilememiş olmalarından dolayı halka açık olan bu şirketlerin hisse değerlerinin ciddi anlamda düşürdüğüne şahit olduk. Diğer yandan aslında, oyuncu pratiklerinde yıllardır var olan c2c ekonominin, NFT ve blockchain teknolojisiyle "Play2Earn" kavramı altında bir patlama yaptığını gördük. Bu iş modelinin henüz kendi dengesini bulmaya çalıştığını söyleyebilirim. Yine bu yıl son derece popüler hale gelen "Metaverse" kavramının içinin boşaltılarak kullanıldığını düşünüyorum. Keza bu kavram da oyuncuların kendi pratikleri içinde zaten yaşayan ve evrimleşen bir konu. Bunun genel manada bir iş modeline dönüşmesi için en az beş yıl olduğunu ve sanal gerçeklik teknolojisinin daha kullanıcı-dostu, giyilebilir bir hale gelmeden potansiyeline ulaşacağını düşünmüyorum.

Bizim alanımız olan hyper-casual iş modeli ise büyümesini sürdürdü. Pazardaki "hype"nin azalmış olmasıyla bu alanın görece kolay üretilmesinden kaynaklı olarak birçok stüdyonun bu alana girmiş ve sonrasında başarılı bir hyper-casual çıkarmanın aslında düşünülenenden zor olduğunu görerek başka alanlara kaymış olmasında kaynaklı. Hyper-casual, yeni özelliklerle birlikte 2022'de de varlığını güçlü şekilde sürdürecektir. Önümüzdeki yıllarda da belki bir miktar şekil değiştirecek ancak aslı önemini yitirmeyecektir.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BATUHAN AVUCAN
FOUNDER &
MANAGING
DIRECTOR
MOBIDICTUM

2021 yılı Türk oyun sektörü için inanılmaz bir yıl oldu. Sadece oyun stüdyoları değil, sektörün diğer paydaşları da gelişti. Bunlara örnek olarak; yatırımcıları, yayıncıları, servis sağlayıcılarını gösterebiliriz. Bu da ekosistemin olgunlaşmaya başladığının göstergesidir. 2022'de bu büyüme hız kesmeden devam edecek. Ocak ayında gelen büyük haberle birlikte yeni yıla şimdiden hızlı bir giriş yaptık.

Blok zinciri teknolojisinin gelişimi, NFT'ler, "play-to-earn" ve "play-and-earn" modelli oyunlar ile sektörün gidışatına yön verecek gibi duruyor. Risk alabilecek firmaların mevcut mobil oyun yarışından çıkıp, blok zinciri dünyasına atılacağını düşünüyorum.

Özellikle hyper-casual ile sektöre hızlı giriş yapan ama burada istediğini bulamayan firmalarda hızlı bir geçiş olacak, hatta süreç başladı bile. Bir diğer yandan bu alanda bir oyun geliştirmek hyper-casual kadar kolay değil. Birçok disiplini içinde barındıran bir ekip kurmak, pazarlama, topluluk yönetimi ve finans alanında da tecrübelere sahip olmak gerekiyor. Bu alandaki enflasyonu yönetebilmek ise büyük meziyet istiyor. Bu kadar detaylı ekip yapılarını yönetebilecek kişilerin gelişimi için de biraz daha zamana ihtiyaç olduğunu düşünüyorum.

2022'de kesinlikle sektör olgunlaşmaya devam edecek. Artık, hyper-casual'ın biraz daha yavaşlayacağını düşünüyorum. Market satüre oldu, her ay binlerce oyun test ediliyor. Hit oyun tutturmak, 2 sene önceki kadar kolay değil. Burada hybrid-casual dediğimiz metası daha kuvvetli oyunlar görmeye başlayacağız. Fakat bu oyun türünü geliştirmek de iyi bir oyun tasarımcılığı gerektiriyor. Bunun altından kalkabilecek stüdyolar iyi başarılar elde edecek. Edemeyenler zorlanacak. Bütün bu sürecin sonunda daha konsolide bir Türk oyun sektörü görebiliriz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BATUHAN ÖZMEN
HEAD OF
COMMUNITY &
INTERNAL
OPERATIONS
GAMING IN TURKEY

Yıllardır önlenemez yükselişini sürdüren oyun sektörü, değişen, gelişen ve kelimenin tam anlamıyla teknolojinin kucağına doğan yeni nesillerle 2021 yılında da hem Türkiye'de hem de globalde büyümesini istikrarla devam ettirdi. Türkiye oyun sektörü, 2020 yılında olduğu gibi 2021'de de yepyeni bir unicorn doğurdu. 2019 yılında temelleri atılan Türk oyun firması Dream Games, aldığı 155 milyon dolarlık yatırım ile toplam değerlemesini 1 milyar dolara çıkarttı. Espor kariyerine I-Racing ile başlayan Cem Bölükbaş'ının da Formula 2'de yarışacağı duyuruldu. Böylece espordan gerçek pistlere uzanan bu yolda bir ilke imza atılmış oldu. 2021 yılının Türkiye oyun sektöründeki en büyük skandallarından birinden de bahsetmeden geçmemek gerekiyor. Oyun sektörünün en ünlü canlı yayın platformlarından olan Twitch'teki kara para aklama ve bit dolandırıcılığı olayları da hem Türkiye hem de globalde büyük yankı uyandırdı.

Geçtiğimiz son birkaç senedir süre gelen Covid-19 salgınıyla beraber mobil oyun pazarı da, hali hazırda sahip olduğu yükseliş trendini katlayarak büyümeye devam etti. Mevcut durumda oyuncu olan insanlar, evlerinde geçirdikleri süreyi daha da fazla oyunlara ayırmaya başladı. Daha önce oyunları sadece çocukluklarındaki anılardan hatırlayan kitleler de ilk defa oynadıkları mobil oyunlarla ekosistemi büyültmeye katkıda bulundular. Hyper-casual ve casual oyun türleri, mobil oyuncuların 2020'de olduğu gibi bu yıl da en çok tercih ettikleri oyunlar olurken; hardcore oyuncular ise yine oyun tercihlerini Battle Royale, FPS, Strateji ve MOBA oyun türlerinden yana kullandı.

Ve tabii ki hem oyun sektörünü hem de sektör bağımsız bir şekilde gündemlerimizi fazlasıyla meşgul eden "Metaverse" ve "NFT" kavramları daha yüksek seslerle konuşulmaya başlandı. Bu alanlara yapılan yatırım ve projeler, A'dan Z'ye herkesin ilgisini çekmeyi başardı. Ancak bu kavramların henüz tam olarak ne olduğunun bilinmemesi sebebiyle de yıllardır oyunların içerisine konumlandığımız reklamlar, ürün ve marka entegrasyonları birer "Metaverse" içeriği olarak konumlandı. Henüz yeterince bilgi sahibi olmayan markalar ve ajanslar, bu evrenlerdeki ilk aksiyonları kendilerinin yaptıklarını lanse etti.

2022'nin, bu kavramların daha fazla bilineceği ve öğrenileceği bir yıl olacağını düşünmekle beraber oyun sektörünün önlenemez yükselişinin dünyanın en büyük ekonomilerini de geride bıraktığı bir ekosistem olacağını düşünüyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BATURHAN GÜRBÜZ
OYUN TAŞARIMCISI
KODOBUR OYUN &
YAZILIM
TEKNOLOJİLERİ

Bu yazımda gelişmelerin yanında biraz daha Türkiye oyun sektöründe gördüğüm sorunlara değinmek istiyorum. Türkiye'nin hypercasual alanında dünya üzerinde bir merkez haline gelmesi ne kadar onore edici bir durum olsa da bu işin karanlık yüzü tek bir doğrultuda büyüme gösteren sektörümüzdür. Mobil oyun sektörünün yanı sıra oyun sektörünün birçok farklı cihaz ve türden oluştuğunu hatırlatmakta fayda görüyorum.

Geçtiğimiz seneler boyunca gerçekleştirdiğimiz görüşmelerdeki ortak noktalar "konsol sektörüne geçmek isteği" ve "büyük bütçeli oyun yapmak isteği" idi. Elde ettiğimiz veriler desteklerin girişimcileri ve şirket sahiplerini bu alanlara girmeye cesaretlendirmedini ve yeterli gelmediğini göstermektedir.

Sektöre giriş gerekliliklerinin yüksek olması girişimcilerin giriş bedelinin daha düşük olduğu alanlara yönelim gerçekleşmektedir. Türkiye'de oyun sektöründe güzel bir ivmelenmenin olduğu süreçte bu konunun daha detaylıca analizlerinin yapılmasının gerekliliğine ek olarak verilen desteklerde konsol alanına yönelik desteklerin çıkması veya var olan desteklerin artması inanıyorum ki girişimcileri bulana çekmeye ve mobil sektörde yakalanan başarının aynısı konsol sektöründe de elde etmemize yardımcı olacaktır.

Yazımı bizim taraftaki güzel gelişmelerden biri ile sonlandırmak istiyorum. KODOBUR olarak oyun şirketlerinden ve kuluçka merkezinden oluşan bir merkezi kurma girişimindeyiz. İş birlikleri, danışmalık, eğitim vb. konularda olanak sağlamayı hedeflediğimiz merkezimizin oyun sektöründeki ürünlerin kalitesini artırarak milli kazanca ve sektörümüze katkıda bulunacağı inancındayız.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



EMRE ATEŞ
PAZARLAMA
MÜDÜRÜ
PAYBYME

Video oyunu endüstrisi her geçen yıl sadece büyümekle kalmıyor, aynı zamanda birçok yönden değişiyor ve geliyor. Artan internet erişilebilirliği ve teknolojilerin gelişmesiyle; sektör ağırlıkla single-player oyunlarından multi-player oyunlara, sosyal ağ oyunlarına ve muazzam popülerlik kazanan mobil oyunlara kayıyor. Mobil oyunlar, dünya çapındaki oyun pazarı gelirinin yüzde 52'sini alarak hem konsol hem de indirilen veya kutulu PC oyunlarının gelirini geride bıraktı.

Diğer taraftan PS5 ve Xbox X'in piyasada bulunmasının zor oluşu Nintendo Switch'i tarihin en çok satılan konsolları sıralamasında PS2 ve PS4'ten sonra üçüncü sıraya oturttu. Ancak PS Plus, gaming subscription servislerinde hala en çok kullanıcıya sahip. En yakın takipçisi olan Switch Online, konsol satışlarındaki yükselişini subscription sevisine de yansıtabilecek mi? Daha çok merak ettiğim konu ise Microsoft'un Activision Blizzard King'i "olay" satın alması sonrası işlerin nasıl değişeceği.

NFT veya kriptolar tarafından desteklenen "Earn2Play" oyunlara ilgi 2021'in sonlarından beri giderek artıyor. Yeni oyuncular gitgide bu projelerin içine çekilirken, Free2Play ve Pay2Play hardcore gamer'ları uzun sürelerdir oynadıkları oyunları bırakıp, bu yeni trende katılarak ilgiyi iyice arttıracaklar mı? Yoksa bu projeler için daha çok mu erken? Bunu da bekleyip göreceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



ENİS SARGIN
MARKETING &
BUSINESS DEV.
MANAGER
GAMING IN TURKEY

2021 hayatımızı biraz daha hibrit bir modele geçirdiğimiz bir yıl oldu. Bu süreçte pandemi etkilerini yaşamaya devam ederken, dış dünyadaki eğlence sektörü biraz daha canlanmaya başladı. Oyunlar ise kendi krallığında tacını korumaya devam etti. Bu geçiş sürecinde değişen alışkanlıklarımızla beraber dijital insanlara dönüştüğümüzü daha fazla hissetmeye başladık. Fizyolojik ihtiyaçlarımızın yanı sıra diğer ihtiyaçlarımızla ilgili alışverişlerimiz, eğlence anlayışımız artık dijital dünyanın içerisinde devam ediyor. Bunun farkında olan büyük markalar, iletişim ağları, aplikasyonlar ve yatırımcılar; Metaverse, SuperApp gibi projelerini hızlandırdı ve tek tek farklı açılımlarla birlikte geleceğe dönük projelerini, hayallerini açıkladılar.

Oyunlar, hayalleri süsleyen dijital dünyadan bazı kesitleri uzun zamandır insanlara bir şekilde sunduğu için, bu imparatorluğun kralları ve kraliçeleri olmaya devam edecekler. Ama bu değişim oyunların tasarımlarını ve türlerini de etkilemeye başladı. Özellikle NFT gibi dijital varlıkların dahil olmasıyla, oyun tasarımlarını da etkileyen play-to-earn gibi kavramların sektördeki varlığını artırdı. Bu dijital dönüşüm ve sektörün hızlı büyümesi, bizi bekleyen gelecek konusunda oldukça merak uyandırsa da, günümüz için oyun sektörüne yara veren bir tıkanmışlık da getirdi. Bu geleceğin parçası olmak isteyen, sektörün büyüklüğü arasında kendi payını almak isteyen yüzlerce yeni stüdyo kuruldu.

Sektörün büyük veya küçük her oyuncusu da, yeni şeyler üretme konusunda oldukça kısır kalmaya ve benzer senaryoları önümüze sunarak, yeni kapılar açmak yerine yükselen rekabette yerini korumaya yöneldi. Bu nedenle oyuncuların önünde, birbirine çok benzeyen ve "beni oyna" diyen binlerce oyun kaldı. 2022 oyuncular için çok daha farklı zihinlerden çıkmış yaratıcı işlerin görüleceği bir sene olur umarım.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



ÇINAR ERGİN
AJANS BAŞKANI
ARİSTO İLETİŞİM

Covid-19'un etkilemediği alan, sektör neredeyse yok. Hatta öyle pazarlar var ki pandemi o alanlarda adeta doping etkisi yarattı. Dijital oyun pazarı da pandemi döneminin şanslılarından. Eve kapanma, karantina, evde daha fazla vakit geçirme, yüzü yüze eğitimin kesintiye uğraması, artan mobilite derken haftada birkaç kez hatırlanan konsollar, karantinalı günlerde en yakın arkadaşımız oldu . Araştırmalar da korona virüsün ardından özellikle son iki yılda oyun pazarında nasıl çarpıcı bir büyüme olduğunu ortaya koyuyor. Günde 1 saat oyun oynanıyor! We Are Social'ın[U1] "Digital in 2020" raporuna göre, dünya genelinde 4,57 milyar kişi, yani dünya nüfusunun yüzde 59'u kadar internet kullanıcısı bulunuyor. Kullanıcılar, internette günde ortalama 6 saat 43 dakika geçirirken bunu ortalama 1 saat 10 dakikasını oyun oynamaya ayırıyor. Araştırma, Türkiye'nin de günlük 58 dakika ile hatırı sayılır bir "oyuncu" olduğunu gösteriyor.

Peki en oyun düşkün milletler hangileri? Aynı araştırmaya göre ilk sırada günlük 1 saat 43 dakikayla Tayland yer alıyor. Onu 1 saat 33 dakika ile Filipinler, 1 saat 33 dakika ile Suudi Arabistan, 1 saat 25 dakika ile ABD ve 1 saat 24 dakika ile de Çin izliyor. İlk 5'te Asyalıların ağırlığı dikkat çekici. Oyun oynamaya en az vakit ayıran ülke ise 22 dakika ile İsrail. Oyun endüstrisi ve ekosisteminin değişimi son sürat devam ederken sadece ekran başında harcanan vakit değil, sektördeki dev satın alma ve birleşmeler de pazardaki büyüme ivmesini ortaya koyuyor. Yatırım şirketi Drake[U2] Star Partners'ın tahmininde, 2021'de Microsoft'un 68,7 milyar dolara Activision Blizzard'ı, Take-Two'nun da 12,7 milyar dolara Zynga'yı satın alması, sektördeki yatırımcı iştahına referans gösteriliyor. Öyle ki, yalnızca bu iki anlaşmanın toplam değeri, binden fazla anlaşmanın yapıldığı 2020'nin yıllık seviyesine rakip durumda. 2021'de ise rakamlar 2020'nin yaklaşık üç katına denkti.

Son iki yıla damgasını vuran bu hızlı büyümenin nedenleri sır değil. Öncelikle koronavirüs salgını, çok sayıda insanın evde kalarak oyun oynamasıyla sektörüne ciddi katkı sağladı. Ülkelerin pandemi kısıtlamalarını kaldırmasıyla da insanlar mobil oyunlara yöneldi. Şirketler ise hem masaüstü hem de mobil oyunlara yatırımları artırdı. Microsoft ve Take-Two gibi şirketler sektöre yatırım yapsa da Amazon ve Netflix henüz oyun endüstrisine yönelmiş değil. Ancak bu iki şirketin de Tencent, Netease ve Sony gibi Asyalı firmalarla birlikte bu yıl yarışa katılmaları ve büyüyen sektöre büyük yatırımlar yapmaları bekleniyor. Diğer bir deyişle 2022 yılında oyun arenasındaki rekabet daha da çetin olacak gibi görünüyor.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



KUDRET ÇORUK
NIMO TV TÜRKİYE
EVENT MANAGER

Türk oyun sektöründe 2021'i pandemi ve ekonomik şartların oluşturduğu sonuçlar olarak iki farklı şekilde değerlendirmeliyiz. Yılın başlarındaki yoğun pandemi dönemi ile birlikte oyunların oynanması ve canlı yayınların izlenmesi noktasında oldukça büyük bir artış oldu. Ülkemizdeki olumsuz iç piyasa koşullarından dolayı içerik tüketiminin daha mobil cihazlardan yapıldığı gözlemledik. Aşı ile birlikte artışın bir kısmı yaz aylarında sektöre düşüş olarak yansısı da topluluğun alışkanlarındaki yükselişin devamlı olduğu gözlemlenmekte.

PUBG Mobile'nin hem pazarlama, hem de espor alanında Türkiye'ye yaptığı yatırımlar ile ülkemizdeki mobil oyun pazarını bir üst noktaya taşıdı. Nimo TV olarak biz de PUBG Mobile ağırlıklı olmak üzere birçok popüler mobil oyunda influnecerlar, oyun şirketi işbirliklikleri ve etkinliklerimiz ile toplulukla sürekli iletişim kurmaya devam ettik.

FPS oyun ülkesi olmamızın verdiği avantaj ile öne çıkan Valorant taşları yerinden oynattı. Birçok oyunu geride bırakarak PC kategorisinde hem oyuncu hem de espor izlenmeleri noktasında zirveye oturdu. Nimo TV olarak Türkiye pazarında üçüncü yılımıza girerken, Jahrein ile birlikte Rekkitz ekibiyle anlaşma sağlayarak mobil pazarındaki ağırlığımızı PC oyunları tarafında da geliştirerek ilerlemeyi hedefliyoruz.



BEGÜM ÖZGİRGİN
HEAD OF DESIGN
GAMING IN TURKEY

Son yıllarda özellikle pandemi sürecinin başında oyun sektörünün hızla daha da büyümesinin etkisiyle farklı sektörlerden birçok marka oyun dünyasında yer almak için girişimlerde bulundu. Markalar kendi alanlarıyla oyuncuların ilgisini çekmek, onlara hitaben yenilikler sunabilmek ve dünyalarında yer almak için tasarım tarafına da oldukça önem vermeye başladılar. Artık her şey daha çok oyuncu gözüne hitaben nasıl yapılabilir fikriyle yola çıkılıyor ve sıkı bir kurumsal kimliğe bağlı markalar dahi daha oyunculara ve oyunlara özel tasarımlara yöneliyor.

Tasarım alanlarındaki sadeleşme ve markaların çok büyük bir bölümünün logoları ve görsel dillerinin flat tasarıma geçmesi, oyunların pazarlama alanındaki görsellerine de yansıyor. Eskiye nazaran çok kalabalık ve çok efektli kullanımlardan daha çok oyuncuya direkt mesajı iletebilen, daha sade bir görsel dille oyunu yansıtan görseller tasarlanıyor. Ek olarak, oyuncuların etkileşime girebileceği içerikli görseller ve video kullanımları da ön plana çıkıyor.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



OĞUZ TUNA MAVUŞ
101XP REGIONAL
BRAND MANAGER

2020 yılında başlayan pandeminin görece etkisini yitirdiği 2021 yılı, özellikle Türkiye'deki ekonomik koşullar göz önünde bulundurulduğunda insanların oyunlara daha fazla eğilim gösterdiği bir yıl oldu. Biz de EA SPORTS™ FIFA Online 4 olarak, Türkiye'deki oyuncularla yılın son çeyreğinde tanışma fırsatı yakaladık Türkiye'de hem mobil hem de PC ve Konsol ortamlarını domine eden oyunlar, FPS/TPS tarzı oyunlar olsa da, yabancı firmaların, Türkiye'de gerek ofis açıp ekip kurarak gerekirse de reklam bütçesini yükselterek yaptıkları yatırımların, diğer janr oyunlar konusunda da arttığını gözlemledik. Oyun severlerin tercih edebilecekleri oyun sayısının artması zaman içerisinde yayıncılar tarafından verilecek olan hizmetin arttırılmasını zorunlu kılacaktır.

EA SPORTS™ FIFA Online 4, 101XP tarafından Türkiye'de yayınlanmaya başlamadan önce, oyun severlerin resmi bir Türkçe anlatım ile oynayabileceği bir futbol oyunu bulunmuyordu. 2022 yılında da, EA SPORTS™ FIFA Online 4 ile Türkiye'deki oyuncular için yenilikler getirmeye devam etmek istiyoruz. Yıl boyunca getirilmesi planlanan bir dizi güncelleme ile oynanış ve animasyonlardaki gerçekçilik arttırılacak.

Oyuncular, yılın başlangıcı ile birlikte, geleneksel "Team of the Year" sürecine dahil olabilecekler. 2022 yılındaki öncelikli hedefimiz ise, herkese keyif veren bir futbol oynayarak, Türkiye Espor serüveninde yerimizi almak. Umuyorum ki hep beraber heyecanlanacağımız maçlar izleyeceğiz ve oyuncuların birbirlerine karşı üstün gelme çabalarını takdir edeceğimiz müsabakalarla, hem oyun severleri hem de bugünlerde art arda kötü sonuçlar alan '3 Büyükle'ın taraftarlarını tekrar futbola ısındıracağız.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



**CANBERK
GÜVENKAYA**
SOCIAL PETA

2021 yılı mobil oyun sektörü için hem yapımcılar hem de reklamverenler için çok farklı bir yıl oldu. Yılı iki bölüme ayırmak gerekirse pandemi dönemi ve pandemi sonrası dönem olarak ele almak çok daha doğru olacaktır. 2021'de mobil oyun reklam verenlerinin ortalama büyümesi %5 bandında kalarak geçen yılın (%44) büyüme hacminin çok altında kaldı. Burada maliyetlerin de yüksek seviyelerde arttığını gözlemliyoruz. Facebook'taki ortalama CPM, 2021 yılında %34 arttı. ABD'deki mobil oyunlar hala en yüksek reklam maliyetine sahip ve ortalama CPM \$28,18, CPC \$4,42 ve CTR %1,08 olarak analiz edildi. Burada CPM maliyetlerinin %93 arttığını gözlemliyoruz. Asya - Pasifik ülkelerde de artan CPM oranları, CPM Top 10 listesinin yarısının bu ülkelerden olmasıyla önemli bir veri olarak karşımıza çıkıyor. Ayrıca mobil reklamlarda, 2021 Ocak Ayı'nda yayınlanan IOS 14.4 sonrası yeni IDFA kuralları, mobil oyun kullanıcı edinimi noktasında Android'i daha tercih edilen bir ekosistem haline getirdi. Ayrıca, hedef pazar belirlemelerinde de bazı değişiklikler oldu. Şirketler ilk etapta kilit pazarlarını belirlemede zorlandılar ve küreselleşme yolunu tercih ettiler. Oyun şirketleri oyun ihraç etme konusunda giderek daha fazla deneyim kazandıkça, belirli oyun türlerini belirli alanlara ihraç etme konusunda yavaş yavaş özel beceriler geliştirdiler.

2022 yılı üç ana temel üzerinde şekillenecek gibi gözüküyor. Mobil oyunlardan en iyi şekilde yararlanmak isteyen şirketler, hedef müşterilerini ve reklamlarının nasıl performans gösterdiğini kapsamlı bir şekilde anlayarak stratejiler geliştirecekler. Rekabetin arttığı mobil oyun pazarında, rakiplere karşı başarılı olabilecek verilere olan ihtiyaçların artması çok muhtemel. Son olarak da değişen kullanıcı gizliliği kurallarıyla, reklamcılar, reklam öğelerinin üretimi ve optimizasyonu için daha fazla çaba göstereceklerdir.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



CENK ÇELEBİOĞLU
FOUNDER
COMPOSER
25M2

İhtiyaçların, odak alanlarımızın, tüketimin hep var olduğu, fakat erişimin zamanla değiştiği bir dünyada yaşıyoruz. Kalıplar, yöntemler, yollar, isimler değişiyor ama temeldeki o odak değişmiyor. Yüzyıllardır müzik dinliyoruz mesela... Ama dinlemek istediğimiz müziğe ulaşım yollarımız değişiyor; plak, kaset, cd, blu-ray derken ortada fiziksel bir kayıt aracının kalmadığı dönemde yaşıyoruz... Artık her şey online, her şey dijital. Peki daha mı iyi? Kimine göre evet, kimine göre hayır. "Akıllı telefonumdan istediğim bir müziğe ulaşmak saniyeler sürüyor ve bu paha biçilmez bir değer" diyenler de var, "Nerede o eski analog kayıtların sesi?" diyenler de. Ama teknoloji durmuyor, her alanda çığır açmaya devam ediyor.

Tıpkı oyun dünyasında da olduğu gibi. Her ne kadar çocukken evden çıkıp, yürüyerek bilgisayarcıya gittiğim, almak istediğim oyunları seçip disketlere yüklenmesini beklediğim anları özlemiş olsam da, yüzbinlerce oyuna kapının açıldığı dijital oyun platformlarının yeri bir başka. Stadia gibi bilgisayar ihtiyacını bile ortadan kaldırmayı hedefleyen inovatif çözümlere ek olarak 2021 yılında en ilgimi çeken gelişmelerden biri de, bu platform yaklaşımını bir adım öteye taşıyan "subscription" çözümlerinin türemeye başlaması oldu.

Xbox Game Pass ve ardından Sony'nin Playstation için duyurduğu platform, biz oyunseverler için çıtayı başka bir seviyeye çıkarıyor. İsteddiğimiz oyuna istediğimiz an erişebilmemiz yetmezmiş gibi şimdi bir de Netflix, Spotify mantığında, bir oyun bedelinden daha düşük aylık bir ücret karşılığında yüzlerce oyuna erişiyoruz. Arşiv hedefi olmayanlar için müthiş bir yaklaşım...Merak ediyorum, çok değil bundan 10 yıl sonra, müzik dinleme, oyun oynama, film izleme ihtiyacı yine varken çözümler nerelerde ve nasıl olacak acaba?

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



ONUR UÇA
CRAZYLABS
TURKEY LEAD

Pandemi sürecinin halen devam etmesi, oyun oynamaya ilgisi olmayan kitlelerin hyper casual ve hybrid casual mobil oyunlara karşı merak duymasını sağladı. Konsol ve PC oyun sektörlerinde yavaşlayan büyüme, bu sayede mobil oyun sektöründe ivme arttırmaya geçtiğimiz yıl da devam etti.

Aynı zamanda uzaktan ve hibrit çalışma sistemleriyle geçen bir yılda AAA oyunların geliştirme süreçleri sekteye uğrarken, mobil oyun sektöründeki üretim kapasitesi tam aksine yeni kurulan küçük ve orta ölçekli oyun stüdyoları ile daha da arttı.

2021 yılında mobil oyun yayıncılarını satın alma ve mobil oyun stüdyolarına yatırım yapmaya karşı olan ilginin daha da arttığını gördük.

Sektördeki bu değişim Türkiye'de de olumlu sonuçları beraberinde getirdi. Geçtiğimiz yıl ülkemiz dış basında özellikle hyper-casual ve casual oyunların geliştirildiği en büyük merkez noktalarından biri olarak lanse edilmeye başlandı.

CrazyLabs olarak da bu potansiyeli görerek İstanbul'da kurduğumuz CrazyHub İstanbul oyun geliştirme merkezi ile yılda 25 oyun stüdyosuna mentorluk vererek birlikte global ölçekte başarılı olmayı hedefleyen oyunlar üzerinde çalışıyoruz.

2022 yılında geçtiğimiz yıl %15 büyüme kaydeden hyper ve hybrid casual oyunların büyüme ivmesinin devam edeceğini öngörüyorum. Blockchain tabanlı oyunların ise ana akım oyuncular tarafından kabullenilmesi için daha erken olduğunu, kitlelerin mobilde kalmaya devam edeceğini öngörüyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



TUNÇ AFŞAR
PLAYERBROS
KURUCU ORTAĞI

Oyun sektörü ve espor'da 2020'de pandemi ile başlayan durağanlığın 2021'de pandeminin hafiflemesi ile olumlu yöne doğru gittiğini söyleyebilirim. 2022'de offline turnuvaların artması ile pandemi öncesi yakalanmış olan ivmenin tekrar kazanılacağını düşünüyorum.

Avrupa'da en genç nüfusa sahip ülkemizin, pandeminin sona ermesi ile birlikte globalde isminden çok söz ettireceğini görebiliyoruz. Yabancı takımlarda bizleri başarı ile temsil eden esporcularımızı, Türk takımlarının başarısı takip edecektir.

Oyun ve espor dünyasının önü açık.



ÖYKE CAN ASAAD
ESPORTS
MARKETING
EXECUTIVE
BENQ

Metaverse 2021 yılında en çok karşılaştığımız ve en heyecan uyandıran kavramlardan biri oldu. Sosyalleşme ve eğlenme ihtiyaçlarımızı karşılaştığımız birçok ürün varken, Metaverse bunların neredeyse hepsini kendi çatısı altında topluyor ve aynı zamanda klasik dijital oyunlar ve sosyal medya platformlarına ek olarak, katılımıya bu platformlarda çok daha fazla özgürlük, yaratıcılık ve etkileşim alanı sağlıyor.

Şimdilik bu tip platformların popürlüğü ve kullanıcılara sunabildikleri kullanıcıların internet, donanım ve gerekli diğer ekipmanların kapasiteleri ve ulaşılabilirlikleri ile sınırlı. Lakin insanların bu tip sanal ya da artırılmış gerçeklik platformlarına gösterdiği ilgi göz önüne alınırsa, teknoloji üreticilerinin bu platformlarda yaşanacak olan kullanıcı deneyimini geliştirmek için gerekli olan teknolojik ihtiyaçlara çok hızlı bir şekilde cevap vereceğini düşünüyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



BOĞAÇHAN AYDIN
GARENA
ESPORTS PROJECT
MANAGER

Türkiye oyun sektörü 2021 yılında da birçok oyun firmasının Türkiye özelinde gerçekleştirdiği yatırımlarla bir adım daha ileriye gitti. 2020'de yaşadığımız pandemi krizinin etkileri daha minimalize olup, 2021'de oyun firmaları kampanya ve etkinlik alanları tekrar ekosisteme döndü diyebilirim. 2020'de sadece dijitale sıkışmış bir yıl geçirmiş olmamızın ardından 2021'de eski düzenine, daha büyük bir çapta, devam etmesi sektör çalışanları ve firmalar açısından gayet olumlu bir çerçeve yarattı. Türkiye oyun sektörünün büyümesiyle espor alanında da yine 2021'de düzenlenen etkinliklerin etki ettiği kitleler arttı ve bu etki ödül havuzlarına yansıdı.

2021 senesi içerisinde Facebook'un "Meta" dönüşümü VR alanına oyun firmalarının ve marka çalışmalarının ilgisini artırdı. Garena Free Fire mobil Battle Royale oyununda dahi sanal gerçeklik gözlüğüyle gezilebilecek Alpine haritasını çıkarmış olması, VR ekosistemine dahil olmayan oyunları bile VR'a olan ilgiye karşı duyarsız kalmadıklarının bir göstergesi oldu. 2016'dan beri hazırlıkları süren VR marketinin, Türkiye oyun sektöründe yankılarını 2022'de daha da yüksek bir hacimle göreceğimizi düşünüyorum. VR'dan bahsetmişken şu an en popüler konu "Metaverse" hadisesinde bahsetmezsem olmaz. Crypto P2E(Play 2 Earn/Oynadıkça Kazan/Kazanmak için Oyna) oyunlardan, VR oyunlarının her birine oyun sektöründe isimleştirilen halini "Metaverse" aldı. Açıkçası sektörel anlamda hala bu terimlerin farklılıklarına göre iş gücünü ilerleten ekipler 2021 yılını 2022 yılı için bir hazırlık olarak kullandı. 2021'de hala mobil oyunlar dev konularını korumaya devam etse dahi, P2E ve VR oyunları tüm yıl içerisinde iş güçlerini 2022 yılına hazırlanarak kullandı. 2021 hem sektörel hazırlık hem de kampanyaların canlandığı güzel bir yıl oldu ancak bu yıldan görebildiğim en önemli konu ise 2022 yılının daha zorlu, hızlı ve sektörel büyümenin Türkiye'de çok daha ilerleyeceği bir yol oluştuğudur. "

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



**BÜŞRA SU
TÜREYEN**

MARKETING AND
BRAND MANAGER
GAMING IN TURKEY

2021 Oyun Yılı olarak ekosistemi besleyen ve bu sistem içerisinde aklımızın ucundan bile geçmeyecek güzellikte işlerin ön plana çıkarıldığı güzel bir yıl oldu diye düşünüyorum.

Birçok oyun firmasının yeni oyunlar çıkarması ile gelişen espor ve oyun kültürünün, pandemide %100 krizleri fırsata çevirebildiğimiz bir alan oluşturduğunu gördük. Bu koşulları en doğru ve en verimli stratejiyle yarar haline getirebilen markaların yıl içerisinde marketing yatırımlarında kazandığı ivmeler ile seneyi verimli şekilde kapatması, birden çok markanın oyun alanındaki yatırım süreçlerine girişlerini oldukça hızlandırdı. Bu da tabii ki hem markaların hem de influencerların içerisinde bulunduğu ekosistemin değerini arttırmasına fazlasıyla katkıda bulundu.

Ödüllü işler, takdir ve özendirilen işlerin bu kategorinin altına yerleşmesi sektörde bu işi yapan herkes için oldukça tetikleyici oldu. 2021 itibarıyla espor kategorisinde birçok arkadaşımızın bu işi profesyonel olarak yapabileceğini kanıtlandığı bir noktaya ulaştık. Bu ekosisteme uzun süredir emek veren ve hakkının verilemediğini düşündüğümüz bir noktada pandeminin işimizi hızlandırdığını gören ve düşünen meslektaşlarımızın benimle aynı mutluluğu paylaştığına eminim. Geldiğimiz noktada şu an sadece pazarlama, strateji ya da bilinç oluşturmanın ötesinde artık profesyonel destekleri farklı noktalara taşıdığımız bir yaşam tarzı görüyoruz. Oyun oynamanın sadece bir hobi olmadığı, oyun yayıncılığının sadece eğlenceden ibaret olmadığı bu noktada, 2021 içerisinde yapılacak tüm işlerin bundan referansla globalde ve Türkiye'de çok daha fazla yatırım aldığı ve değer gördüğü bir noktaya erişeceğine eminim. Şimdiden tüm oyun ekosistemi ve oyun severlerin 2021'de istediği tüm oyunları oynayabildiği ve erişebildiği bir yıl olmasını diliyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



EMRE YAKARIŞIK
OPERATION
MANAGER
GAMING IN TURKEY

Pandeminin etkileri 2021 yılında 2020'ye göre azalsa bile kişilerin video oyun ve dijital tüketim oranları her geçen gün kat kat büyümeye devam ediyor. Oyun sektöründeki en büyük pasta payının mobil oyun sektöründe olduğunu düşünürsek, Türkiye her zamanki gibi bu pazarda göze çarpan yıldızlardan biri oldu. Daha önce ülkemizin oyun sektöründe ilk unicorn olan Peak Games'i, bu sene aldığı yatırımlarla Dream Games'in takip etmesi ve Dream Games'in unicorn devleri arasına adını yazdırması, oyun sektörünün Türkiye için tekrar ne kadar önemli bir yapı taşı olduğunu gösterdi. 2022 senesi içerisinde de farklı unicorn'ların sektörümüzden çıktığını görmek, açıkçası kimseyi şaşırtmamalı.

2020-2021 yılının yükselen yıldızları ve trendleri arasında gözlemlediğimiz Blockchain'e entegre ürünlerin gelişimi, 2022'de hız kesmeden devam edecek gibi gözüküyor. Play to Earn, NFT Games ve Metaverse gibi kavramların oyun sektörüne etkilerini önümüzdeki dönemlerde epeyce göreceğiz. Blockchain tabanlı oyunların şu anki konumu, mobil oyunların ilk çıkış dönemini hatırlatıyor. Buradaki potansiyeli gören kişiler ve şirketler 2022 ve sonrasında sektörde her zaman bir adım önde olacak.

Microsoft'un, Activision Blizzard'dı satın alması yakın geçmişin en önemli haberlerindendi. 2021'de Xbox Game Pass ile oyuncuların yüzünü güldüren Microsoft, bu sayede büyük bir gelir de elde etmiş oldu. Önümüzdeki dönemlerde subscribe modelin oyun ve farklı platformlarda çok daha aktif olarak kullanıldığını görebiliriz.



ZÜLFÜ TOPÇU
TURKEY MARKETING
MANAGER
HYPERX EMEA

Dünyada 2021 yılı oyunlar açısından nispeten hareketli bir yıldır. Ama birçok yıldızın da 2022 yılına saklandığını biliyoruz. Ben 2021'e iki açıdan bakmak istiyorum: Oyuncululuğun değişimi ve oyuncu ekipmanları. Türkiye, mobil oyun dünyasındaki değişimleri çok hızlı takip etti. Zaten genel olarak ülkemizdeki oyuncuların tüketim bakımından dünyayı anlık olarak takip ettiğini biliyoruz. Fakat bu yıl sadece tüketim değil üretim açısından da çok verimli bir yıldır. Ülkemizden çıkan unicornlar dışında, belki de yüzlerce yeni mobil oyun firması kuruldu ve büyük yatırımlar aldı. Bu patlamanın önümüzdeki yıllarda ülkemizde büyük ithalat girdileri olarak döneceği şüphesiz. Halile üniversitelerdeki yazılım öğrencileri daha okul sıralarından kapılır oldu. Donanım tarafında ise PC aksesuarları kablосуza doğru eğilim gösterirken, mobil oyunculuk sayesinde özellikle telefonlarda ve el konsollarında kullanılan oyuncu ekipmanlarında çeşit ve adet bakımından büyük bir artış gözlemlendi. Önümüzdeki yıllarda her iki alanda da daha çok oyun ve ürün çıkacağından şüphem olmadığı gibi HyperX olarak da bu değişimlere şimdiden hazırız.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



UTKU DÖRDÜNCÜ
PARIBU VENTURES
YÖNETİCİSİ

2021 yılı blokzincir tabanlı oyunların yoğun ilgi gördüğü bir sene oldu, bu trendin 2022 senesinde de devam edeceği öngörülmüyor. Bu kategorinin gelişmesindeki temel nedenleri şu şekilde özetleyebiliriz:

- Axie Infinity'nin öncüsü olduğu P2E (oynadıkça kazan) modeli
- NFT teknolojisinin oyun içi ekonomiye katkısı
- P2E modelini destekleyen guild'lerin (loncalar) kurulması
- Yüksek kaliteli oyunların geliştirilmeye başlanması
- Blokzincir altyapısını ölçeklendirecek teknolojilerin hızla geliştirilmesi

Öncelikle bu yeni tür oyunlar, oyunculara farklı bir oyun deneyimi sunuyorlar. Geleneksel oyunlar, oyuncudan maddi gelir elde etme üstüne kuruluyken bu modelde oyuncular oynarken kazanabiliyor. Tabii ki sektör henüz yolun başında; mevcut denemelerin oyun içi ekonomisi, oyun mekaniği ve tasarımı gibi konularda geliştirilecek çok yanı var. Ancak bu yeni model doğru kurguyu keşfettiğinde oyun dünyasının blokzincire yönelmesi de kaçınılmaz olacak.

Oyun içi NFT'ler, oyunculara bugüne dek deneyimlemedikleri bir fırsat sunuyor. Oyunda oynadıkları karakterlerin yanı sıra, bu karakterlerin ekipman ve kıyafetlerinin sahibi olmaları da NFT'ler ile artık mümkün. Bu şekilde hem oyun yaratıcıları hem de oyuncular, bu teknolojiden yüksek gelirler elde etme şansını yakalıyorlar.

Blokzincir oyunlarının gelişmesindeki önemli unsurlardan bir tanesi, guild yapılarının kurulması. Bu guild'ler oyun içi ekonomisinin temel taşı olarak oyuncuların oyunlara girmelerini (NFT veya oyun token'i alarak) çeşitli finansal modellerle (kiralama) kolaylaştırıyorlar. Ayrıca, oyun içindeki tecrübenin topluluk ruhuyla gelişmesini sağlıyor ve hazinelerindeki yüksek bütçelerle bu dünyanın en önemli yatırımcıları olup blokzincir oyun sektörüne finansal ve insani sermaye getiriyorlar.

2021 yılında Axie Infinity 8 milyon oyuncu seviyesine, blokzincir oyunlarının haftalık aktif kullanıcısı da 10 milyona ulaştı. Blokzincir oyunları, oyun sektörünün en hızlı büyüyen kategorisi oldu. Paribu Ventures olarak, 2022 yılında yüksek kaliteli oyunların üretilmesi ve blokzincir altyapısının ölçeklenmesiyle (hızlı ve düşük ücretli işlemler), bu kategorinin benzer büyüme oranları yaşayacağını öngörüyoruz ve bu alandaki yatırımları portfolyomuzda eklemeyi düşünüyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2021



**MİRAC CEREN
ÖZERCAN**

KIDEMLİ MARKA
YÖNETMENİ
ARİSTO İLETİŞİM

Pandeminin hayatımıza girmesiyle birlikte hibrit iş modeli hızlıca yaşamımızdaki yerini aldı. Bu iş modeline sanılanın aksine daha çabuk uyum sağladık. Eğlenceye, oyuna ve alışverişe online uygulamalar üzerinden daha çok vakit harcamaya başladık. Oyunlar kendi krallığında yerini korumaya devam ederken bu geçiş sürecinde mobil oyunlar hayatlarımızı kalıcı bir şekilde değiştirdi. Oyun dünyasında daha fazla vakit geçirmeye başladık. Bunu fark eden büyük markalar; oyun sektörünü kadrajına alarak, yatırımlarını artırmaya başladı. Oyun sektöründe de adından söz ettirmek isteyen markalar; farkındalık oluşturacak ve ilgi çekecek projelere yöneldi. Son dönemde ışık hızıyla yükselen Metaverse dünyasına da adım atmaktan çekinmediler. Gelişen teknoloji, oyunları çekici kılarken bu yolda nasıl ilerlenmesi ve ne yapılması gerektiğini gösteren yeni trendler ortaya çıktı.

Herkes küçükken oynadığı oyunlara kendi hayal gücünü katar ve daha eğlenceli hale getirirdi. Şimdi ise bu hayaller dijital dünyaya taşındı. Kişiler, firmalar, şirketler kendi karakterlerini yaratarak bu büyüdü dünyada bende varım diyor. Her geçen gün kendini yenileyen ve geliştiren oyun sektörü hali hazırda bulunan oyunları değiştirip, geliştiriyor. Geline noktada farklı oyunlar farklı dünyalar kapımızı çalıyor. Metaverse evreninde arsa satın alınabiliyor, parti düzenlenebiliyor ya da satış yapılabilir. Bu gelişimleri doğru yönlendirme ve kullanmanın önemli olduğunu düşünüyorum. Her alanda olduğu gibi oyun sektöründe de çok fazla yanlış bilgi bulunuyor. Detayları iyi öğrenip sektörü detaylı takip etmek gerekiyor.

Sektörün hızla büyümesi ve dijital dönüşüm, gelecekte bizi farklı yeniliklerin karşılayacağına gebe. Oyun sektöründe yaşanan hızlı gelişimin bir süre sonra kısır bir döngüye girmesi kaçınılmaz. Bu nedenle bu dünyanın bir parçası olarak kendine yer edinmek isteyen bireysel ya da kurumsal firmaların üretim ve düşüncelerinde tekdüze kalmamaya özen göstermesi ve yaratıcı olması önemli. Rekabet güzel fakat hedefler arasında en ön sırada olmamalı. Akılda kalıcı, yenilikçi ve eğlenceli işler ortaya konulmalı. Birbirinin aynısı oyunların artık yüzüne bakılmadığı, kullanıcıların yaratıcı işler beklediği görülüyor. 2022 yılının oyun sektörü özelinde keyifli ve yaratıcı bir süreç geçireceğine inanıyorum. Yeniliklerden gözlerimizi alamayarak merakla takip edeceğimiz günler bizi bekliyor.



Artan
yatırımımızla
11 yıldır
sektörün ve
oyuncunun yanındayız.

Coca-Cola
Gerçek Mucize

Coca-Cola

Gerçek Mucize™

Coca-Cola'nın Türkiye'deki yolculuğu, 1964'te "Dünyaca Meşhur Coca-Cola Şimdi de Memleketimizde" sloganı ile başladı. İlk fabrikasının açılışını 18 Eylül 1964'te Taksim Meydanı'ndan geçiş yapan bir Coca-Cola Kervanı ile kutlayan Coca-Cola Türkiye Sistemi, bugün 11 fabrikada üretim yapıyor.

Coca-Cola, Türkiye'de Coca-Cola Meşrubat Pazarlama Danışmanlık San. Tic. A.Ş. (Coca-Cola Türkiye) tarafından temsil ediliyor. Coca-Cola Türkiye; Kafkaslar, Pakistan ve Orta Doğu'nun da içinde bulunduğu 25 ülkeyi kapsayan bir bölgedeki iş birimi altında yönetiliyor. Türkiye operasyonu, çalışan sayısı ve pazar büyüklüğü bakımından bölgenin en büyük operasyonu olarak öne çıkıyor.

Türkiye'deki ürün portföyünde yer alan markalar

Türkiye'deki zengin alkolsüz içecek portföyünde Coca Cola, Fanta, Sprite, Schweppes, Cappy, Doğadan, Fusetea, Powerade, Damla Minera, Damla Su markaları ve farklı varyantları yer alıyor.

Markaların üretim, satış ve dağıtım sorumluluğu ise, Türkiye ile birlikte toplam 10 ülkede faaliyet gösteren ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda da işlem gören Coca Cola İçecek A.Ş.'ye ait. Coca Cola İçecek A.Ş. hakkında daha fazla bilgi edinmek için [lütfen tıklayın](#).



Coca-cola.com.tr



[Twitter.com/CocaColaTürkiye](https://twitter.com/CocaColaTürkiye)



Facebook.com/cocacolatürkiye



Instagram.com/cocacolatürkiye/

BÖYLE GÜZELLİKLER

fastPay 'le olur!



fastPay

bir DenizBank iştirakidir.



Masrafsız, Hızlı, Avantajlı.
Hemen indir.





Türkiye'nin ilk dijital cüzdan uygulaması olan fastPay, 2012 yılında **DenizBank A.Ş.** tarafından hayata geçirilmiş ve 2021 sonu itibarıyla 2,6 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. 2022 yılından itibaren %100 DenizBank iştiraki olan ve TCMB tarafından lisanslı **fastPay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.** çatısı altında faaliyetlerine devam etmektedir.

fastPay kullanıcıları:

- Herhangi bir bankanın müşterisi olmasa bile dilediği kişiye 7/24 ücretsiz cepten cebe, IBAN'a para gönderebilir,
- Yanında para olmasa bile hesaptan ya da cüzdana bağlı kredi kartı ile ulaşım kartına dilediği yerde yüklemesini yapabilir,
- A101, Migros, Carrefour, Burger King, Popeyes, Sbarro, Usta Dönerci, Kahve Dünyası gibi büyük perakende zincirlerinde sadece telefonunu yan çevirerek QR kod ile temassız, kolay ve herhangi bir banka müşterisine gerek olmaksızın cüzdansız ödeme yaparak çeşitli ayrıcalıklardan yararlanabilir,
- Sıra beklemeden, hiçbir masraf ödemediğinde faturalarını ödeyebilir,
- Oyun kodlarını kolayca satın alır, şans oyunu ödemelerini masrafsız yapar,
- İnternet alışverişlerinde kart bilgilerinin girilmeden hızlı ve güvenli şekilde ödeme yapar,
- Dilediği kredi kartının borcunu fastPay'den ödeyebilir.

fastPay kullanıcıları, tüm bu ayrıcalıklardan dilediği bankanın kredi kartını ya da banka kartını fastPay cüzdanına ekleyerek faydalanabilir. İsterse herhangi bir banka hesabından ya da DenizBank ATM'sinden de fastPay hesabına para gönderebilir.

fastPay, 2022 yılında yapılacak yeni yatırımlarla aşağıdaki yeni ürün ve hizmetleri devreye alarak büyümeye devam edecektir:

- Ön ödemeli kart, IBAN, FAST ve yeni nesil fintek entegrasyonları ile fastPay 2.0,
- Yeni nesil üyelik planları ile her yerde hızlı ve güvenli ödeme yaptıran Ön Ödemeli Kart,
- Ödeme Servis Sağlayıcı (PF), Alternatif Ödeme Yöntemleri, MerchantApp, Wallet as a Service (WaaS) özellikleri ile SME HUB,
- Kurum/Fatura ödemeleri, kredi geri ödemesi, yeni kredi tahsisi, kredi kartı borç ödeme gibi tüm tahsilatları tek bir portalda sunan PAYMENT HUB,
- Kart saklama ve cüzdan ödeme altyapısı çözümü FASTPASS,
- Kredi kullanımını kolaylaştıran akıllı özellikler, üye bankaların fiziksel lokasyonları dışında Uzaktan Müşteri Edinimi ve anlaşmalı noktalardan (fastNokta) kullanım olanaklarıyla iş birliği fırsatı sunan KREDİ HUB



fastpay.com.tr/



[Twitter.com/fastpayapp](https://twitter.com/fastpayapp)



[Youtube.com/fastpayapp](https://youtube.com/fastpayapp)



[Facebook.com/fastpayapp](https://facebook.com/fastpayapp)



[Instagram.com/fastpayapp](https://instagram.com/fastpayapp)



intel®



OYNAMAK GÜZELDİR

KAZANIRKEN KENDİNİ KAYBETSENE BİLE

DAHA FAZLASI MONSTERNOTEBOOK.COM VE
[MONSTER NOTEBOOK MAĞAZALARINDA.](#)

@monsternotebook f @ in





Yüksek performanslı dizüstü bilgisayarlar ve oyuncu ekipmanları alanında faaliyet gösteren teknoloji markası **Monster Notebook**, oyun dünyasına sunduğu inovatif çözümlerle ve her seviyeden oyuncunun ihtiyaçlarına özel geliştirdiği ürünleriyle, oyun ve espor ekosisteminin en sevilen markalarından biridir.

Türkiye’de İstanbul, Ankara ve İzmir’deki mağaza ve teknik servislerinin yanı sıra, online satış ve teknik destek kanalları ile Türkiye’nin her noktasındaki son kullanıcıya ulaşmaktadır.

Faaliyetlerine 2000 yılında, Türkiye’den çıkan global bir marka olma hedefi ile İstanbul’da başlayan şirket, bu hedef doğrultusunda uluslararası yatırımlarına devam etmektedir.

Lefkoşa’daki mağazası ile Kıbrıs’ta faaliyet gösteren **Monster Notebook**, Dubai’deki operasyonları Körfez ülkelerine ulaşmaktadır.

Avrupa’daki operasyonlarını ise Berlin’in en merkezi bölgesindeki Alexandreplatz meydanında bulunan oyun ve deneyim mağazasından yönetmektedir. 1.000 metrekarelik bir alanda Avrupa’nın en büyük oyun deneyim mağazası olarak faaliyet gösteren Monster Notebook’un yeni hedefi, Londra ile Birleşik Krallık olacak.



Monsternotebook.com.tr



[Twitter.com/monsternotebook](https://twitter.com/monsternotebook)



[Linkedin.com/company/monster-notebook/](https://www.linkedin.com/company/monster-notebook/)



[Twitch.tv/monsternotebook](https://www.twitch.tv/monsternotebook)



[Facebook.com/monsternotebook/](https://www.facebook.com/monsternotebook/)



[Instagram.com/monsternotebook/](https://www.instagram.com/monsternotebook/)

GÖSTER GÜCÜNÜ!

Türkiye'nin fiber gücü **Türk Telekom**,
oyuna ve oyunculara özel yeni markası **GAMEON**'u sunar!
Şimdi sıra sende, artık hepimizin ortak noktası
GAMEON ile **GÖSTER GÜCÜNÜ!**



GAME ON

Türk Telekom



Türk Telekom
Değerli Hissettirir



180 yılı aşkın köklü bir geçmişe sahip olan **Türk Telekom**, Türkiye'nin ilk entegre telekomünikasyon operatörüdür. "Türkiye'nin Çoklu Oyuncusu" Türk Telekom, 31 Aralık 2021 itibarıyla; sabit erişim hattı, geniş bant, TV ve mobil olmak üzere toplam 51,8 milyon aboneye hizmet vermektedir. Öncelikli ve en önemli hedefi ayırım gözetmeksizin ülkenin her kesiminden mümkün olduğu kadar çok kişiyi internetle tanıştırmak ve Türkiye'de her kesimi gelişmiş ülkeler düzeyinde internet kullanan bir seviyeye çıkarmak olan Türk Telekom, 81 ilde 35 bine yakın çalışanıyla hizmet vermektedir. Türkiye'nin dijital dönüşüm öncüsü Türk Telekom, alt yapı iyileştirmeleri ve kaliteli hizmet anlayışını sürdürmeye devam ederken 'insan'ı odağına alan her alanda da 'değerli hissettirme' misyonu ile çalışmalarını sürdürmektedir.

Sektöründe öncü olan Türk Telekom, müşterilerinin internette yoğunlukla zaman geçirdiği aktivitelerden biri olan oyun odağına yatırım yaparak oyuncular ve oyun severler için GAMEON markasını lanse etti. Tecrübesi ile yenilikçi bakış açısını birleştiren Türk Telekom, **GAMEON** ile oyun ve oyuncunun yanında.

GAMEON markasını oluştururken, her zaman bir oyuncu gibi düşünerek onlara hizmet edecek bir alt marka konsepti yaratan Türk Telekom, sürdüreceği çevrim içi ve çevrim dışı tüm pazarlama faaliyetleri ile kaliteli hizmet stratejisini, hızı ve gücü oyuna uyarlayarak yola devam edecek. Oyuncuların ve oyun severlerin ihtiyaçlarına 360 derece çözümler sunacak GAMEON, Türk Telekom'un hem yeni ve mevcut mevcut müşterilerine oyun odaklı teklifler, marka ortaklıkları, cihazlar, turnuvalar ve benzeri birçok aksiyonla çözümler getirecek. 2022 itibarıyla yapılacak tüm pazarlama ve iletişim faaliyetlerinin dışında, en büyük güçlerinden biri GAMEON olan Türk Telekom, oyun firmaları ile yapacağı stratejik iş ortaklıkları ile çalışmalarını güçlendirmeyi sürdürürken, oyun ekosisteminde adından sıkça söz ettiren bir marka olarak kalitesini hep en üst seviyede tutacak.



Gameon.com.tr/



Turktelekom.com.tr/



[Instagram.com/turktelekomgameon/](https://www.instagram.com/turktelekomgameon/)



[Instagram.com/TurkTelekom/](https://www.instagram.com/TurkTelekom/)



[Discord.gg//turktelekomgameon](https://discord.gg/turktelekomgameon)



[Twitter.com/TurkTelekom](https://twitter.com/TurkTelekom)

**REKABETÇİ
OYUN HEYECANINI
HAYATIN
HER YERİNDE YAŞA
ÖDÜLLER
KAZAN!**



GAMER ARENA

GAMER ARENA

Gamer Arena, yeni nesil dijital oyunlarda oyuncuları online bir arenada karşı karşıya getirerek oyunculara para kazanma ve kendilerini ispatlama imkânı sağlayan Rekabetçi Oyun Platformudur. Platform Mart 2020'den beri aktif olup, mobil, bilgisayar ve konsollarda oynanan 20'den fazla oyunda birebir Düellolara ve tekil/çoklu katılım sağlanabilen Turnuvalara izin vermektedir. Düellolar sayesinde oyuncular istedikleri yerden, istedikleri zaman mücadelelere katılıp kazanma şansına sahiptirler.

330.000'den fazla oyuncunun kayıtlı olduğu platformda bugüne kadar 200.000'den fazla düello oynanmıştır ve 260 turnuva düzenlenmiştir. 2022 yılında global açılıma başlayacak olan platformun Web3 dünyası için hazırlıkları ve çalışmaları da başlamış durumda. Gamer Arena Kasım 2021'de kendi kripto parası Gamer Arena Utility Token'ın (GAU) Türkiye'de halka arzını gerçekleştirdi ve GAU Token platformun içerisindeki geçerli tek para birimi olarak kullanılmaya başlandı.

Gamer Arena 2022 yılında kendi oyunlarını geliştirerek ve popüler oyunlarla yapılacak entegrasyonlarla birlikte oyunculara çok daha iyi bir deneyim sunmayı hedefliyor. Oyna-Kazan (Play to Earn) kavramının öncülerinden olan platformun yakın zamanda kullanıcılarına duyuracakları yenilikçi ve büyük sürprizleri olduğunu söyleyebiliriz.

Gamer Arena dünyadaki en büyük yeteneğe bağlı rekabetçi oyun platformlarından biri olma misyonu ile kurulmuş olup, dokundukları her oyuncuya eğlence, tatmin ve ilham verme vizyonuyla çalışmalarına devam etmektedir.



TBV
TÜRKİYE
BİLİŞİM
VAKFI

Geleceği Eğitim İle
Şekillendirmek ve Türkiye'yi
Bilgi Toplumuna
Dönüştürmek İçin
Eğitim Alanındaki Oyunları
Destekliyoruz.



tbv.org.tr





Türkiye Bilişim Vakfı (TBV), merkezi İstanbul'da bulunan ve "Türkiye'yi bilgi toplumuna dönüştürme" temel amacı ile çalışan bir sivil toplum kuruluşudur.

14 Nisan 1995 tarihinde, 114 kurum ve bu kurumlara üye 178 kişi tarafından kurulan bugün itibarıyla 400'ün üzerinde üyesi bulunan vakfımızın hedefi; Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüşebilmesi için gerekli altyapının oluşturulmasına katkıda bulunmak, bilimsel araştırma ve geliştirme etkinlikleri gerçekleştirmek ve özellikle yeni teknolojilerin sosyal ve ekonomik yaşam üzerine etkilerini inceleyip nitelikli & saygın paydaşlar ile birlikte projeler üretmek ve uygulamalarını sağlamaktır.

Bu doğrultuda, Türkiye Bilişim Vakfı tarafından 2018 yılından bu yana her sene düzenli olarak gerçekleştirilen ve Türkiye'de bir ilk olan, matematik ve fen bilimleri alanlarındaki dijital oyun ya da dijital oyun fikirlerinin ödüllendirildiği **KOD Eğitim Oyunları Yarışması** kabuk değiştiriyor, evriliyor.

Eğitim alanındaki oyunları destekleme misyonu ile 4 senedir gerçekleştirdiğimiz KOD Ödülleri Eğitim Oyunları Yarışması, yeni ismi, yeni formatı ile 5. senesinde aynı misyon ile karşınızda olacak.

EXPLORE & CONSTRUCT & EXPAND & SOCIALIZE



PLAY TO DISCOVER,
MORE TO IMPROVE!



 **POLITY**



Polity 2018 yılında yolculuğuna küçük bir geliştirme ekibinin hayali olarak başladı. Şimdilerde bu hayal, **Jib Oyun Yazılım ve Pazarlama A.Ş. (JIB Games)** altında devasa bir oyun platformuna dönüşüyor. Oyuncular tarafından geliştirilen içeriklere de açık olan yapısıyla oyun, Kapalı ve Açık Beta Testlerini tamamlayıp 2021 yılının son yarısında Steam üzerinden erken erişime açıldı. 2022'nin ikinci yarısında da IOS'da Açık Betası yayınlanmaya başlanacak.

Polity, oyuncularına dünyayı andıran sularla kaplı bir gezegende kendi ülkelerini kurup yönetebildikleri, başka oyuncuların da ülkelerinde vatandaş olabildikleri sosyal bir platform sunuyor. Oyuncular, her biri birer "gündelik oyun" olan meslekler arasında uzmanlaşırken, ülkelerinin gelişmesine de katkıda bulunuyorlar. Ülkeler ise ilişkileri ve ticaret savaşları ile gezegende baskın olmaya çalışıyorlar.

Çok kullanıcı, rol yapma kategorisinde yer alan Polity, geleceğe ve eğitime odaklı politikasıyla bir oyundan daha fazlası olmaya ve **"Upload your Brain"** mottosu ile sunduğu dünyada, aslında oyuncuların fikirlerini ve hayallerini yansıttığı ve paylaştığı bir ortamın kapısını aralıyor. Gerçek hayatta çoğunluğun zor, sıkıcı ve tekdüze bulunduğu, imkanları dahilinde sahip olamadığı eşit eğitim, öğrenim gibi temel gereksinimlerini de ulaşılabilir ve eğlenceli hale getirerek kapsayıcı olmayı hedefliyor.

Oyuncularının çoğunluğunu oluşturduğu, Avrupa ve Amerika'dan gelen geri bildirimler ile yeni meslekler üzerinde çalışan geliştirme ekibi, oyunu iyileştirmeye ve yeni özellikler eklemeye devam ederken bir yandan da akademisyenler ile birlikte çağdaş eğitim modeli dışındaki eğitim modellerini inceleyerek oyuna entegre etmek için çalışmalar yürütüyor. Bunun yanı sıra, oyuncuların oyun içerisinde kendi yapay zekalarını eğitip geliştirebileceği, kendileri oyunda yokken eğitilen yapay zeka ile oyuna devam edebilecekleri bir sistemin kurulması planlanıyor.

Polity hakkında daha detaylı bilgi edinmek için aşağıdaki sosyal medya hesaplarını ziyaret edebilirsiniz.



[Steam.com/Polity](https://steam.com/Polity)



[Discord.gg/polity](https://discord.gg/polity)



[Instagram.com/polityonline/](https://instagram.com/polityonline/)

GAMEFI & NFT & METaverse PLAY & EARN & THRIVE

CHANGE THE RULES...IF YOU CAN'T...CHANGE THE GAME



**UGC
90**
**ULTIMATE
GAMECHANGER**

Blockchain teknolojileri birçok sektörde olduğu gibi oyun sektöründe de etkisini göstermeye başladı. Özellikle son bir yıldır kullanımı hızla artan NFT'ler ve artık herkesin merak ettiği Metaverse ile beraber oyun sektörünün kuralları değişiyor. Yolculuk ilk olarak oynadıkça kazan (P2E) üzerine kurulu oyunlar yerine oyna ve kazan (P&E) stratejisi ile üretilen oyunlara dönüşmesi ve oyun içerisindeki dijital varlıkların NFT olarak sahipliğinin oyuncuya verilmesi ile başladı. Oyunlar, Blokchain'ler ve hatta Metaverse'ler arası birlikte çalışabilirlik (interoperability) oyun sektöründe bir anlamda yıkıcı yenilikler haline gelecek. Hızla gelişen bu ekosistemin gelişimine destek olmak, GameFi ve Metaverse dünyasındaki oyun stüdyoları ile girişimleri güçlendirmek için oyun, teknoloji ve pazarlama sektörünün liderleri tarafından tasarlanan yeni nesil girişim **UGC90** hayata geçirildi.

Ultimate Gamechanger (UGC) Türkiye'nin en büyük yatırım şirketlerinden Boğaziçi Ventures'ın bir fonu olan BV Growth portföyüne katılarak ülkemizin kodu olan 90'ı ismine ekledi. Yeni ekosistemde kurallardan önce "oyunun kendisi" değişirken UGC90; yeni nesil yatırım dünyası ile tüm tutkulu oyun girişimcilerini, uzman Blockchain ve NFT geliştiricilerini, yaratıcı pazarlama profesyonellerini, keskin analistleri ve uzman topluluk kurucularını bir araya getirmeyi hedefliyor. Odağında Blockchain teknolojisi ile oyun ve Metaverse projelerini birleştirmek olan yeni nesil girişim UGC90'nın projelerini takip etmek ve servislerimiz hakkında daha fazla bilgi edinmek için web sitemizi ve sosyal medya kanallarımız ziyaret edebilirsiniz.



Ugc90.com/



Reddit.com/r/UGC90/



Twitter.com/UGC_90



T.me/UGC90



Discord.gg/6nj9xOJkE



LinkedIn.com/company/ugc90/

PEKİ YA ORTA DOĞU OYUN SEKTÖRÜ?

Oyun gelirleri istatistiklerine göre öne çıkan Orta Doğu ülkeleri

GAMING IN MENA OLARAK ORTA DOĞU'DA DA VARIZ!





ORTA DOĞU

GELİRE GÖRE ÜLKE SIRALAMASI

- Türkiye: 1.2 Milyar USD
- Suudi Arabistan: 1 Milyar USD + / -
- İran: 600 Milyon USD + / -
- İsrail: 500 Milyon USD + / -
- Mısır: 400 Milyon USD + / -
- Birleşik Arap Emirlikleri: 400 Milyon USD + / -
- **TOTAL: 6 Milyar USD 2021 Geliri +**



- Nüfus: 1.8 Milyar + / -
- Online Nüfus: 750 Milyon +
- Oyuncu Sayısı: 420 Milyon +

Source: Newzoo - 2021 Free Global Game Market Report

2021

Kaynakça

- Gaming in Turkey
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2021 Yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK)
- BTK - 2021 Pazar Verileri Raporu 3. Çeyrek - Markalara Göre IMEI Kaydı Yapılan Mobil Cihaz Adedi
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası - tcmb.gov.tr
- Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü 2021 3. Çeyrek Pazar Verileri Raporu
- Digital 2021 October Global Statshot Report - We Are Social - Hootsuite
- We Are Social Digital 2022 Local Country Headlines Report
- We Are Social Global Digital 2022 Report
- We Are Social Digital 2022 Global Overview Report
- TESFED - Türkiye Esport Federasyonu
- BAU - Bahçeşehir Üniversitesi - BAU Esports
- Razer Gold
- Statista Global Consumer Survey 2021
- Statista Video Games Highlights 2021 Turkey
- App Annie Ücretsiz 2021 Raporları
- App Annie State of Mobile 2022 Ranking Tables
- Riot Games
- InGame Group
- Spotify 2021 Özeti
- Turkey Mobile Gaming Statistics in 2021 - 42Matters
- Twitch TV - Youtube - Instagram Verileri
- Education First English Language School English Proficiency Index List 2021
- Newzoo - 2021 Free Global Game Market Report
- Türkiye Mobil Oyun Araştırması 2021 - AdColony - Nielsen
- Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2021 - Reklamcılar Derneği - Deloitte
- Startup Centrum 2021 Türkiye Startup Ekosistemi Yatırım Raporu
- SimilarWeb Verileri

Bilgilendirme Notu

Gaming in Turkey, tamamen espor ve oyun üzerine kurulmuş, Türkiye'de 6 yıldır hizmet veren oyun ve espor ajansıdır. Son 5 senedir, hem sektöre, hem sektöre yatırım yapmak isteyen markalara, hem de bölgemizi yakından tanımak isteyen firmalara sektör hakkında, açık kaynaklı şekilde bilgi verilmesi amacı ile herkesin kullanabileceği, ücretsiz olarak paylaşılan sektörel raporlar hazırlamaktadır.

Bu raporda yer alan bilgiler genel bilgilendirme amaçlıdır. Gaming in Turkey Oyun ve Esport Ajansı bu rapor ile birlikte herhangi kişi veya kuruma herhangi bir şekilde bir yatırım tavsiyesinde bulunmamakta ve yatırım danışmanlığı hizmeti sunmamaktadır. Oyun ve Esport alanında yapacağınız her nevi girişim veya yatırım, bunlara dair alacağınız kararlar için önce profesyonel destek almanızın gerekli olabileceğini dikkatinize sunarız. Bu rapor ise kişiye ve kuruma özel olmayıp genel nitelikte bir oyun - espor ekosistem incelemesi olup sektörel tanıtım ve destek amacına yöneliktir. Raporda görüşlerine yer verilen kişi veya kurumlar da aynı şekilde raporun tamamı hakkında bilgi sahibi değildir. Her bir kişi veya kurum sadece kendi beyanı ve desteği ile rapora katkı sunmakta olup bu sebeple raporda adı veya unvanı yer alan kişi veya kuruluşların rapordaki diğer herhangi bir bilgi veya yoruma dair herhangi bir taahhütte bulunması yahut bu sebeple mesul tutulması mümkün yahut söz konusu değildir.

Rapordaki bilgilerin tüm kaynakları, buldukları sayfaların alt kısmında ve "Kaynakça" bölümünde belirtilmiştir. Toplanan tüm bilgiler açık kaynaklı bilgilerdir ve Gaming in Turkey'in uzman ekibi, tüm sektör bilgileri ile birlikte harmanlayarak bu raporu oluşturmuştur. Uzman Görüşleri, kişilerin kendi bireysel ya da firmaları adına verdiği görüşler olup yatırım tavsiyesi, danışmanlığı vasfında olmayıp herhangi bir diğer kişi veya kurumu bağlayıcı bir özelliği bulunmamaktadır. Tüm görüşler değiştirilmeden raporumuzda yer almaktadır.

© 2022. Daha fazla bilgi için Gaming in Turkey

Firma Sunumumuz ve Daha Fazla Detay İçin Lütfen Tıklayın.



The image shows a presentation slide for Gaming in Turkey. The slide features the Gaming in Turkey logo (GI7) in the top left corner, which includes the text "GAMING in TURKEY" and "YENİ NESİL OYUN VE ESPORTS AJANSI". The main content of the slide is titled "Gaming in Turkey" and lists the following details: "Oyun ve Esport Ajansı", "Yeni Nesil Oyun Yayıncısı", "Merkez: İstanbul", and "EMEA - MENA". The slide also features a large, stylized GI7 logo in the center-right, surrounded by plus signs and a cloud-like shape. In the bottom right corner, there is a "LEVEL UP With Us" logo. At the bottom of the slide, the text reads "Gaming in Turkey Gaming and Esports Agency - www.gaminginturkey.com - info@gaminginturkey.com". A mouse cursor is pointing at the "info@gaminginturkey.com" link.

GI7
GAMING in TURKEY
YENİ NESİL OYUN VE ESPORTS AJANSI

Gaming in Turkey

- Oyun ve Esport Ajansı
- Yeni Nesil Oyun Yayıncısı
- Merkez: İstanbul
- EMEA - MENA

LEVEL UP
With Us

Gaming in Turkey Gaming and Esports Agency - www.gaminginturkey.com - info@gaminginturkey.com



GAMINGINTURKEY

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ 2021 RAPORU

