



# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ 2022 RAPORU

6 Şubat 2023'te ÷lkemizin 11 ilinde büyük bir yıkıma yol açan Kahramanmaraş depremlerinin derin üzüntüsünü taşıyoruz. Bu büyük depremlerde hayatını kaybeden vatandaşlarımıza Allah'tan rahmet, yakınlarına baş sağlığı dileklerimizi iletiyoruz. Ülkece aldığımız bu yaraların bir an önce sarılmasını umut ediyoruz.

**GEÇMİŞ OLSUN TÜRKİYE**

# İçindekiler



Sponsorlar	6
Partnerler	7
Ön Söz	8-10
2022 Türkiye'sine Genel Bakış	11-12
Türkiye'de Tahmini 2022 Medya ve Reklam Yatırımları	13-15
Türkiye'de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	16-18
Türkiye'de İnternet Kullanımı ile İlgili Önemli Başlıklar	19-20
Türkiye'de Tercih Edilen Markalar	21
Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları	22-29
Türkiye'de Android Oyun ve Uygulama Dünyası	30-31
Türkiye'de Yerelleştirmenin Önemi	32-33
Türkiye'de Oyun ve Müzik	34-36
Türk Oyuncuların Karakteristik Özellikleri	37-39
Türk Oyuncuların Oyun Oynarken Tükettiği İçecekler	40
Türk Oyuncuların Beslenme Alışkanlıkları	41
Türk Oyun Sektörü Ne Durumda	42-43
Türkiye'de 2022'nin En Dikkat Çeken Gelişmeleri	44-46
Oyun Sektöründe Yatırımlar	47-52
Bir Uzman Gözüyle Türkiye'de Yatırımlar - Boğaziçi Ventures	53-54
Türkiye Esport Federasyonu TESFED Özel Köşesi	55-57
Riot Games Özel Köşesi	58-59
Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri - Ercan Altuğ Yılmaz	60-63

# İçindekiler



Oyun Medyasında Son Durum - Murat Oktay - Burak Akmenek	64-68
Türkiye'de Ciddi Oyunlar Ne Durumda - Afra Çalık	69-70
PC Oyunları Yükseliyor mu?	71-72
2021 - 2022 Karşılaştırmalı Türkiye Oyun Sektörü Raporu	73-93
TR Popüler Oyun Firmaları (Global ve Lokal)	94-95
Bir Uzman Gözüyle Türkiye'deki Lokal Oyun Firmaları - Senem Aksakal	96-118
Türkiye'deki Popüler Twitch Yayıncıları TOP 20	119-120
Türkiye'deki Popüler Youtube Kanalları TOP 20	121-122
Türkiye'deki Popüler Instagram Fenomenleri TOP 20	123-124
Aktif Ödeme Kuruluşları	125
Aktif Elektronik Para Kuruluşları	126-127
Dernekler	128
Oyun Fuarları	129
GameX	130-131
GIST	132-133
Bir Uzman Gözüyle Türkiye'deki Eğitim - Güven Çatak	134-137
Türkiye'deki Oyun Tasarımı Lisans ve Yüksek Lisans Programları	138-141
Türkiye'deki Oyun Girişimcilik Merkezleri	142-144
Türkiye'deki Eğitim Genel Değerleme - Senem Aksakal	145-147
Oyun Sektöründe Meslekler	148
İnternet Kafeler ve Detayları	149-153
Türkiye'deki Önemli Espor Takımları	154-159

# içindekiler



Lisanslı Oyuncu ve Takım Sayısı	160
Sosyal Medyayı En İyi Kullanan Espor Takımları	161-164
Türkiye'de Düzenlenen On/Off Oyun ve Espor Etkinlikleri	165-167
Espor ve Oyuna Yatırım Yapan Markalar	168
Espor Oyunları	169
Türkiye Espor Medya Kanalları	170
Top Oyun Siteleri	171
Top Online Satış Siteleri	172
Top Online Oyun Platformları	173
Türkiye'deki Oyun Dergileri	174
Uzman Görüşleri	175-212
Bynogame	213-214
Coca-Cola	215-216
GAMEON	217-218
Gamer Arena	219-220
Polity	221-222
xDrive	223-224
Orta Doğu'da Oyun Sektörü	225-226
Kaynakça	227
Bilgilendirme Notu	228
Gaming in TURKEY   MENA   EU - Oyun ve Espor Ajansı - Oyun Yayıncısı	229

# Teşekkürler

7 senedir büyük bir titizlikle hazırladığımız ve birçok kaynaktan yayınlanan verileri yorumladığımız Türkiye Oyun Sektörü Raporu'nun 2022 versiyonunda, bizimle birlikte olan ve bize destek veren sponsorlarımıza teşekkür ederiz.

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



## Platinum Sponsorlarımız



### ByNoGame

Türkiye'nin En Büyük Oyuncu  
Dostu Alışveriş Sitesi



### Coca-Cola

Hızlı Tüketim  
İçecek



### GAMEON

Türkiye'nin Oyuncu Odaklı  
İnternet Markası



## Gold Sponsorlarımız



### Gamer Arena

Rekabetçi  
Oyun Platformu



### Genshin Impact

Open-World  
Adventure RPG



### Polity

Virtual World



### xDrive

Profesyonel Oyuncu  
Koltukları

# Teşekkürler

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



**gamescom**

GAMESCOM

Türkiye

Stratejik Partneri

**esiGame**

ESI GAME

Çin Mobil Oyun

Publishing Partneri



CAFE BAZAAR

İran Mobil Oyun

Publishing Partneri

**Sanalika**

SANALİKA

Oyun İçı

Marka Entegrasyon Partneri

**dots**  
ECO

DOT'S Eco

Çevresel Etki Partneri

**XIGNCODE3™**

XIGNCODE3

Anti Hacking

Çözüm Partneri

**Playable  
Factory**

PLAYABLE FACTORY

Oynanabilir Reklam Partneri

**LIVAD**

LIVAD

Livestream Pazarlama Partneri

**periscope**

PERISCOPE

Dijital Pazarlama Partneri



## Oyun Sektöründe Son Durum

**OZAN AYDEMİR**

**PRESIDENT / CEO**

Geçen senenin yani 2021'in başında oyun sektörü yavaş başlamış ama sonrasında ivme yakalayıp toparlamıştı. Aslında hep bahsetmiştik; pandeminin ilk senelerinde oyun sektörü, rekor kâr ve satışlara yol açan bir büyüme dönemi yaşadı. Çok istisnai bir ara dönemden geçtik.

2019'da 152 milyar dolar olan oyun sektörü 2020'de 177 milyar dolara sıçrayarak pandeminin pozitif etkisini yaşamıştı, 2021'de ise 176 milyar dolarlık bir total gelir söz konusuydu. 2022'de ise sektörümüz, sektörü etkileyen dış unsurlardan bağımsız rutin büyüme ivmesinde ve öngördüğümüz rakamlara geri dönüyor. Bu aslında hepimizin beklediği ve buna göre stratejilerimizi oluşturduğumuz bir durum.

Ama madalyonun bir de diğer yüzü var;





## Oyun Sektöründe Son Durum

**OZAN AYDEMİR**

**PRESIDENT / CEO**

### **ABD-Çin arasındaki ticaret krizi, resesyon beklentisi, Rusya- Ukrayna savaşı!**

2022'de tüm dünyada global olarak uluslararası siyasette yaşanan dalgalanmaların ekonomideki yansımalarını yaşadık. Bir yandan azalarak da olsa devam eden pandemi etkilerinin yanı sıra, küresel ticaretteki sorunlar, ABD-Çin arasındaki ticaret krizi, Avrupa'nın resesyona sürüklenme olasılığı, enflasyon oranları, Rusya-Ukrayna savaşı. Zor bir sene oldu tüm dünya adına. Tüm bu yaşananlar oyun dünyasını da etkiledi.

Maalesef pandemi gibi kimsenin hiç istemediği bir durum savaş. Ve bu savaş dolayısı ile espor ve oyun şirketlerinde de yaptırımlar gerçekleşti. Birçok espor şirketi Rusya'dan çekilme kararı alırken, Activision Blizzard ve Epic Games gibi devler de Rusya'da oyun satışlarını sene içinde durdurduğunu açıkladı. Rusya, oyun dünyası için oldukça büyük bir pazar yeri ve bu durum gelen olarak sektörel bazda bakıldığında gelirlerin gerilemesinde önemli bir rol oynadı.



## Oyun Sektöründe Son Durum

**OZAN AYDEMİR**

**PRESIDENT / CEO**

2022'yi rakamlarla değerlendirdiğimizde Newzoo'nun raporuna göre pazarın 185 milyar dolar civarında olduğu öngörülüyor. Oyun sektörüne yön veren ana etmen yine "mobil" oldu. 2022'de total global gelirlerin **92 milyar dolarından fazlası mobilden** elde edildi. **PC oyunlarının total cirosu 40 milyar doların üstünde** seyrederken, **konsollarda ise 52 milyar dolarlık bir hacim** söz konusu. 2022'de de hem ülkemizde hem de globalde sektörümüze yatırımlar devam etti. Ama tüm dünyada yatırım ve para bulmak geçen senelere göre zorlaşmış durumda. Oyun sektörü ile beraber en çok dikkat çeken yatırım alanları AI (Yapay Zeka) ve Fintech oldu.

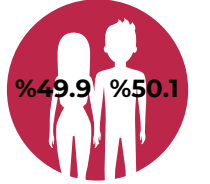
Tüm bunların detaylarını raporumuzun ilerleyen bölümlerinde sizlerle paylaşacağız. Umarım ki raporumuz her sene olduğu gibi sektör bağımsız herkesin faydalanabileceği bir kılavuz olmaya devam eder. Şimdiden herkese iyi okumalar!

# 2022 Türkiye'sine Genel Bakış

2022 yılında Türkiye nüfusu, önceki yıla göre artış gösterdi. Türkiye'de ikamet eden nüfus, 31 Aralık 2022 tarihi itibarıyla bir önceki yıla göre **599 bin 280** kişi artarak **85 milyon 279 bin 553** kişiye ulaştı.

Yıllık nüfus artış hızı 2021 yılında **binde 12.7** iken, 2022 yılında **binde 7.1** oldu.

Erkek nüfus **42 milyon 704 bin 112** kişi olurken, kadın nüfus **42 milyon 575 bin 441** kişi oldu.



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

İstanbul'un nüfusu, bir önceki yıla göre **67 bin 51 kişi artarak** kişi artarak **15 milyon 907 bin 951** oldu. Türkiye nüfusunun %18,65'inin ikamet ettiği İstanbul'u, 5 milyon 782 bin 285 kişi ile Ankara, 4 milyon 462 bin 56 kişi ile İzmir, 3 milyon 194 bin 720 kişi ile Bursa ve 2 milyon 688 bin 4 kişi ile Antalya izledi.



# 2022 Türkiye



**TOPLAM NÜFUS**  
85.279.553



**KADIN NÜFUSU**  
42.575.441



**ERKEK NÜFUSU**  
42.704.112



**İNTERNET  
KULLANICISI**  
72.000.000+

NÜFUSA ORANI 16 - 74 YAŞ  
%85

CİNSİYETE GÖRE  
ERKEK %89.1  
KADIN %80.9



**SOSYAL MEDYA  
KULLANICISI**  
69.000.000+

54.000.000 FACEBOOK  
64.000.000 INSTAGRAM



# Türkiye’de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları

**Reklamcılar Derneği** tarafından hazırlanan Türkiye Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2022 İlk 6 Ay Raporu'ndaki rakamlara göre, dijital dönüşümün sonucu reklam yatırımlarına da yansımış, dijital kanalların toplam payı %67,2'ye yükselmiştir.

	Kanal	Pazar Payı 2022	Pazar Payı 2021
	Televizyon	%26	%28
	Basın	%1,2	%1,7
	Açık Hava	%3,9	%3,4
	Radyo	%1,5	%1,4
	Sinema	%0,4	-
	Dijital	%67,2	%65



# Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları

Dijital reklam kanallarındaki medya yatırımlarının platform bazlı dağılımına baktığımızda %76'sının mobil cihazlarda %24'ünün ise PC üzerinden yapıldığı gözlemlenmiştir.



## Dijital Kırılım

## Yüzde

**Gösterim / Tıklama**

**%37,7**

**Video**

**%34,3**

**Arama Motoru**

**%21,3**

**Diğer**

**%6,7**



# Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları

Türkiye'de dijital reklam kanallarındaki medya yatırımlarına baktığımızda, en önemli gelişmelerden biri de "Diğer" kategorisi altında, sektörümüzün de artık yadsınamaz derecede devreye girmiş olmasıdır. 2021 yılında internet kullanıcıları için vazgeçilmez bir mecra haline gelen oyunların, 2022 yılında da aynı şekilde etkisini gösterdiği görülmektedir.

## Dijital Kırılım

## Yüzde

### Diğer (Alt Kırılımlar)

%6,7

Influencer  
Dijital Ses  
E-Posta  
Connected TV  
Oyun İçi Sponsorluk



# Türkiye'de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

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

## Türkiye'de Kaç Kişi Sosyal Medya Platformlarını Kullanıyor?

- Türkiye'de nüfusun neredeyse %78'i sosyal medyayı kullanıyor.

## Sosyal Medya İle İlgili Dikkat Çeken Başlıklar

- İnternet kullanıcılarının sosyal medyada harcadığı zaman ortalama 2 saat 47 dakika.
- Ülkemizde her bir internet kullanıcısı ortalama 7.8 adet sosyal medya platformu kullanıyor.
- Ülkemizde sosyal medyayı kullananların %59.4'ü markaların sosyal medya kanallarını ve içeriklerini takip ediyor.
- Ülkemizde sosyal medyayı kullananların %11.9'u, ana kullanım amaçlarının sevdikleri fenomenleri ya da içerik üreticilerini takip etmek olduğunu söylüyor.









# Türkiye'de İnternet Kullanımı İle İlgili Önemli Başlıklar

- Türkiye'de internet kullanıcılarının %61.4'ü bilgi almak ve öğrenmek için video izliyor.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %96.2'si dijital TV'leri izliyor.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %16.5'i Podcast dinliyor.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %66.9'u internet ortamında alışveriş yapıyor ve Dünya'da bu konuda Türkiye yüzde olarak ilk sırada yer alıyor.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %44.5'i market alışverişlerini internet üzerinden yapıyor ve Dünya'da bu konuda yüzde olarak ilk sırada yer alıyor.



**İNTERNET  
KULLANICISI  
72.000.000+**



# Türk Telekom GAMEON Oyunun Her Alanında Gücünü Gösteriyor!

GAMEON, 2022 yılında telekomünikasyon sektörünün oyuna ve oyuncuya 360 derece odaklanan ilk markası oldu. GAMEON, mevcut ve yeni Türk Telekom müşterileri için hem oyun ekosistemi içerisinde hem de hayatın farklı alanlarında oyuncuların ihtiyaçları için sunduğu fırsatlar ve kampanyalarla, onların yanında olduğunu gösterdi.

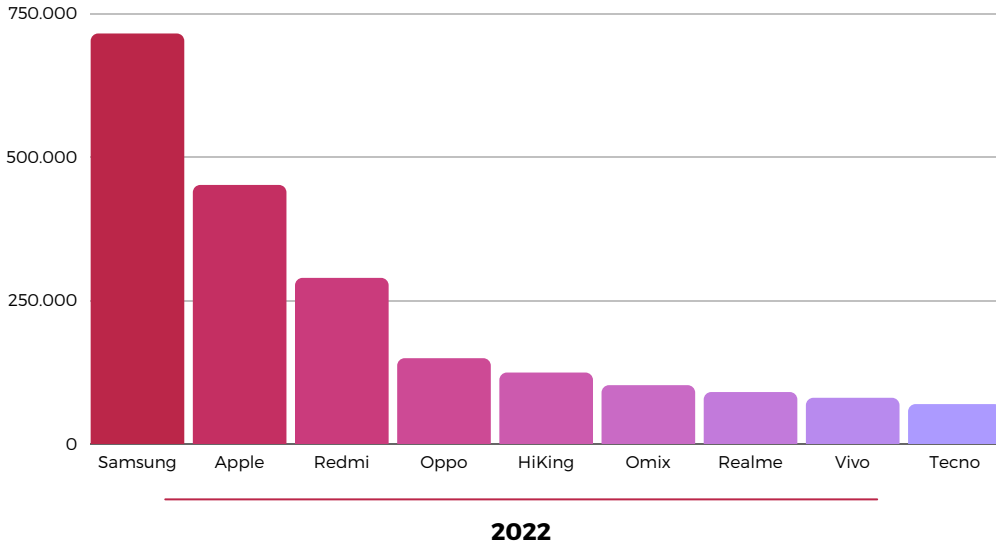
GAMEON, 2022 yılı boyunca gerek oyun ekosistemi gerekse telekomünikasyon markaları arasında Türkiye'de ilk kez gerçekleştirilen birçok hizmet sundu. "Göster Gücünü" mottosu ile oyuncunun performansını artırmasına odaklanan marka, yüksek yükleme ve indirme hızına sahip fiber hız seçeneklerine ve oyuncuya özel faydalar içeren internet kampanyalarına ek olarak, oyun performansını destekleyen Premium Oyuncu Modem lansmanını gerçekleştirdi. Yenilikçi vizyonuyla oyuncuların sıklıkla kullandığı Discord platformunu da iletişimlerinin bir parçası haline getirdi ve böylelikle Discord kanalını ilk kez kullanan Telekomünikasyon markası oldu. Buna ek olarak GAMEON, 7/24 İnternet Destek hattının sınırlarını Discord'a kadar genişletti ve bu alanda da bir ilke imza attı. GAMEON, oyun dünyasının popüler markaları ile yaptığı iş ortaklıklarıyla oyun içi faydalar, oyuncu koltukları ve yeme-içme gibi alanlarda birçok fayda sağladı. Ayrıca, Türk Telekom'un dijital oyun alışveriş markası Playstore ile gerçekleştirilen kampanyalarla da oyunculara çeşitli fırsatlar sundu. Telekomünikasyon sektöründe ilk uzun soluklu e-spor turnuva serisini lanse eden GAMEON, CS:GO ve PUBG: BATTLEGROUNDS oyunlarını içeren GAMEON 2022 E-spor Turnuvaları ile 6 ay süren yoğun bir takvimle e-spor ekosisteminde de yerini aldı. Çevrim içi olarak gerçekleşen turnuvalarda Türkiye'nin dört bir yanından amatör ve yarı profesyonel binlerce oyuncu mücadele etti.

Türk Telekom'un hızı ve gücünü arkasına alarak ilerleyişini 2023 yılında da sürdüreceği olan GAMEON, oyunculara özel olarak sunduğu fırsatları zenginleştirerek yoluna devam edecek.



# Türkiye'de Tercih Edilen Markalar

Türkiye'deki akıllı telefon ve telefon kullanımı oldukça yüksek. 2022 yılının üçüncü çeyreği incelendiğinde 3,1 milyonu aşkın mobil cihazın IMEI kaydının yapıldığı görülürken, marka bazında değerlendirildiğinde bu cihazların %63'e yakınının Samsung, Apple ve Redmi markalarının geliştirdiği ürünlerden oluştuğu görülüyor.



# Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

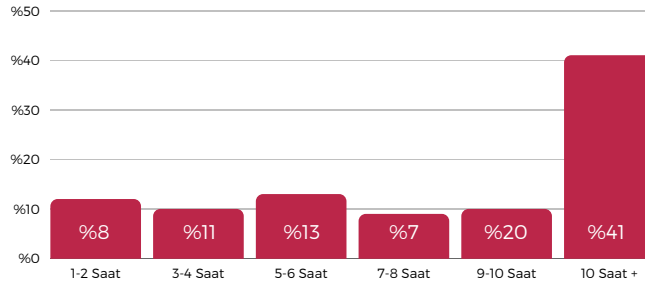
MMA & DT Envanter Anketi Q3, 2022 verilerine göre aynı 2021'deki gibi 2022'de de her yaştan kitle mobil oyun oynuyor. Türkiye'deki mobil oyuncuların demografik özellikleri ve davranış alışkanlıkları ise aşağıdaki gibi;

- Türkiye'deki yetişkinlerin %81'i mobil oyun oynuyor.
- Türkiye'deki mobil oyuncuların %51'i erkek, %49'u kadın.
- Türkiye'deki mobil oyuncuların yaş aralığının yüzdesel dağılımı:
  - 14-29 yaş arası - %37
  - 30-49 yaş arası - %44
  - 50-65 yaş arası - %19



Ankete katılanların %72'si her gün mobil oyun oynadıklarını belirtirken, %22'si haftada birkaç kez oynadığını belirtiyor.

## HAFTALIK OLARAK MOBİL OYUN OYNAMA SAATLERİ



# Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

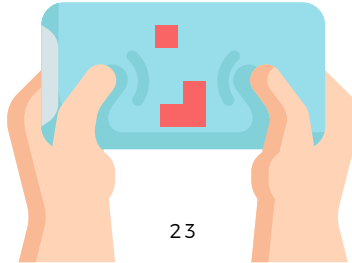
Türkiye'deki mobil oyuncuların en sevdiği oyun türü %54 ile geçen sene olduğu gibi Puzzle / Trivia / Kelime oyunları olurken, Kart Oyunları %52 ile ikinci, Aksiyon / Macera oyunları ise %46 ile 3. sırada bulunuyor.

## Tercih Edilen Oyun Türleri

Puzzle / Trivia / Kelime %54  
 Kart Oyunları %52  
 Aksiyon / Macera %46  
 Strateji %38  
 Spor / Yarış %31  
 Nişancı Oyunları %24  
 Sosyal %19  
 Rol Yapma Oyunları %13  
 Parti Oyunları %10

## Neden Mobil Oyun Oynuyorlar?

Eğlenceli Olması %65  
 Rahatlık Hissi / Stresi Azaltması %59  
 Özgür Hissettirmesi %43  
 İlerleme / Geliştirme / Yaratma Hissi %36  
 Arkadaşlık %33

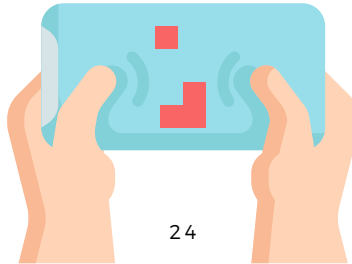


# Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

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. Bu durum yıllar içinde değişen değil, yaş aralıklarına bağlı tercihlere göre değişen bir konu.

## Hangi Oyun İçi Motivasyon Oyuncuların Seçimlerini Tetikliyor?

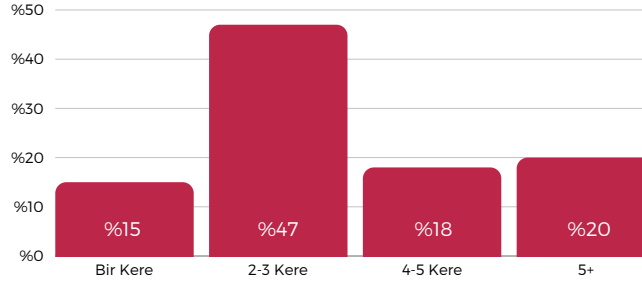
- Oyunun ücretsiz olarak indirilebilmesi
- Oyun içinde rahatsız etmeyecek şekilde reklam olması
- Arkadaşları ile online oynayabilme özelliğinin olması
- Tek başına çevrim dışı oynayabilme özelliği olması
- Arkadaş edinebilmek / Sohbet edebilmek
- Yapımcı firmayı bilmek ve ona güvenmek
- Sürekli yenilik getirilmesi
- Rekabet ortamının olması ve bunun iyi gösterilmesi



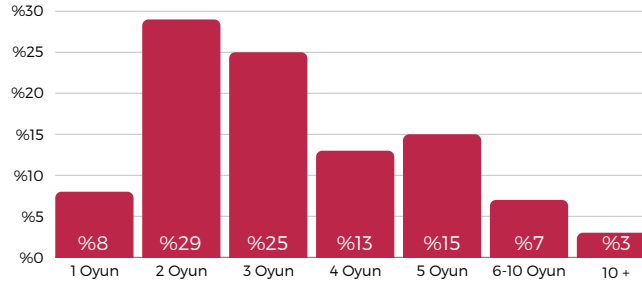


# Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

## GÜNLÜK MOBİL OYUN OYNAMA SAYISI



## OYNANAN MOBİL OYUN SAYISI



Not: 2021'e ait datalardır, 2022 dataları ile ilgili güncel bilgilere ulaşılmaması durumunda yüzdeler güncellenecektir.

Kaynak: Türkiye Mobil Oyun Araştırması 2021 - AdColony - Nielsen



# Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

Mobil oyuncuların kişisel ilgi alanlarına bakıldığında, kullanıcıların ilgi alanlarının aynı olduğu fakat kullanım sürelerine bağlı olarak yüzdesel bir değişkenlik gösterdiği görülüyor. Müzik, Sosyal Medya Kullanımı, Televizyon artık 2. ekran konumunda. Oyuncuların en büyük eş zamanlı etkinliği geçen sene olduğu gibi, bu yıl da müzik dinlemek.

## Mobil Oyuncuların Kişisel İlgi Alanları ve Eş Zamanlı Etkinlikler

Müzik Dinlemek %72  
Televizyon İzlemek %67  
Sosyal Medya %43  
Film/Dizi %38  
Çevrimiçi Video İzlemek %24

## Oyun Oynarken Nasıl Hissediyorlar?



**%57**  
**Çok İyi**

**%33**  
**İyi**

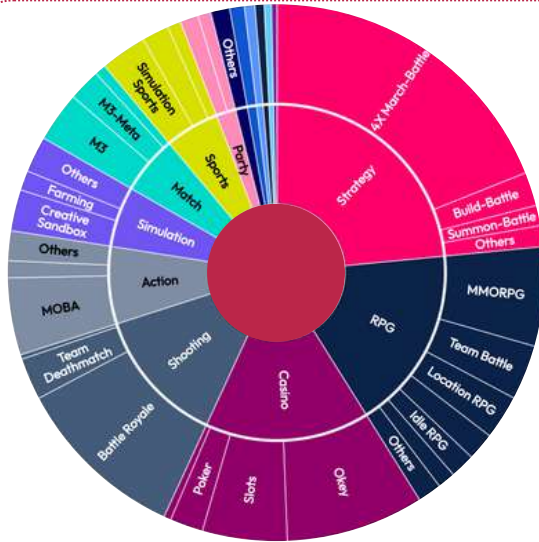
**%10**  
**Karışık**



# Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

## Tüketici Harcamalarına Göre Mobil Oyun Türleri

Oyuncuların harcama alışkanlıklarına baktığımızda, her zaman dile getirdiğimiz gibi strateji tarzı oyunların en çok harcama yapılan oyunlar olduğu görülüyor.



### #1 - Strategy

**\$100.3 M in (IAP) Spend**  
 YoY IAP Spend +9.9%  
 YoY Downloads +9.3%  
 23% of All IAP Spend  
 2% of All Downloads

### #2 - RPG

**\$75.4 M in (IAP) Spend**  
 YoY IAP Spend +6.5%  
 YoY Downloads +8.4%  
 18% of All IAP Spend  
 1% of All Downloads

### #3 - Casino

**\$67.5 M in (IAP) Spend**  
 YoY IAP Spend +9.9%  
 YoY Downloads +21.9%  
 16% of All IAP Spend  
 2% of All Downloads

### #4 - Shooting

**\$56.3 M in (IAP) Spend**  
 YoY IAP Spend -12.1%  
 YoY Downloads -4.9%  
 13% of All IAP Spend  
 4% of All Downloads

### #5 - Action

**\$31.8 M in (IAP) Spend**  
 YoY IAP Spend -16.6%  
 YoY Downloads -0.8%  
 7% of All IAP Spend  
 10% of All Downloads

### #6 - Simulation

**\$24.9 M in (IAP) Spend**  
 YoY IAP Spend -11.3%  
 YoY Downloads +8.5%  
 6% of All IAP Spend  
 19% of All Downloads

### #7 - Match

**\$24.0 M in (IAP) Spend**  
 YoY IAP Spend +6.1%  
 YoY Downloads +3.9%  
 6% of All IAP Spend  
 3% of All Downloads

### #8 - Sports

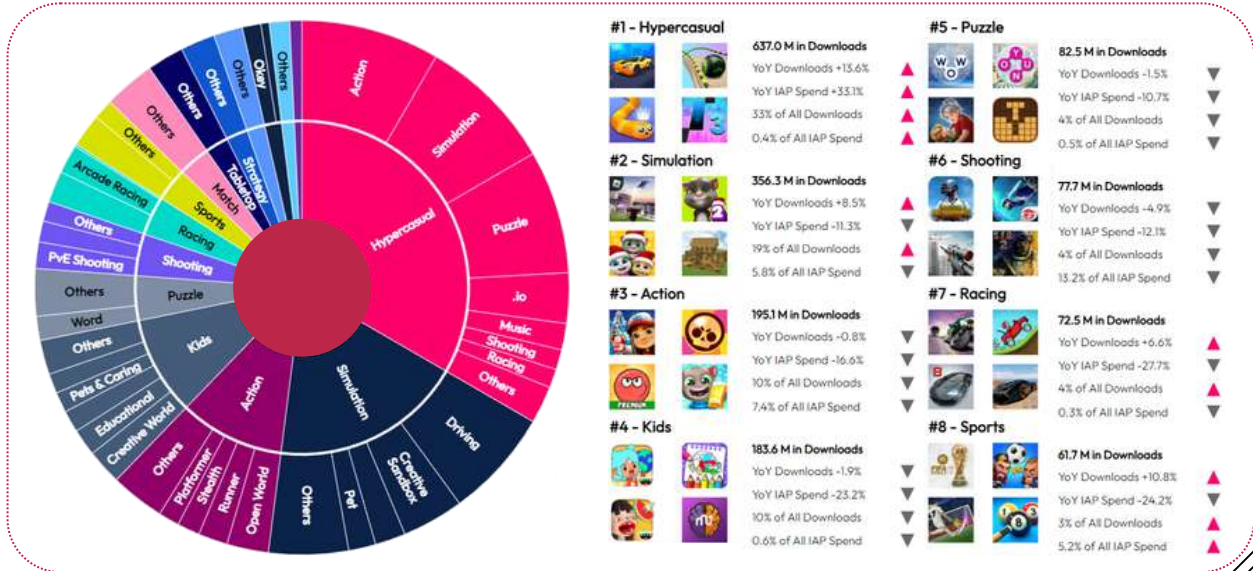
**\$22.3 M in (IAP) Spend**  
 YoY IAP Spend -24.2%  
 YoY Downloads +10.8%  
 5% of All IAP Spend  
 3% of All Downloads



# Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

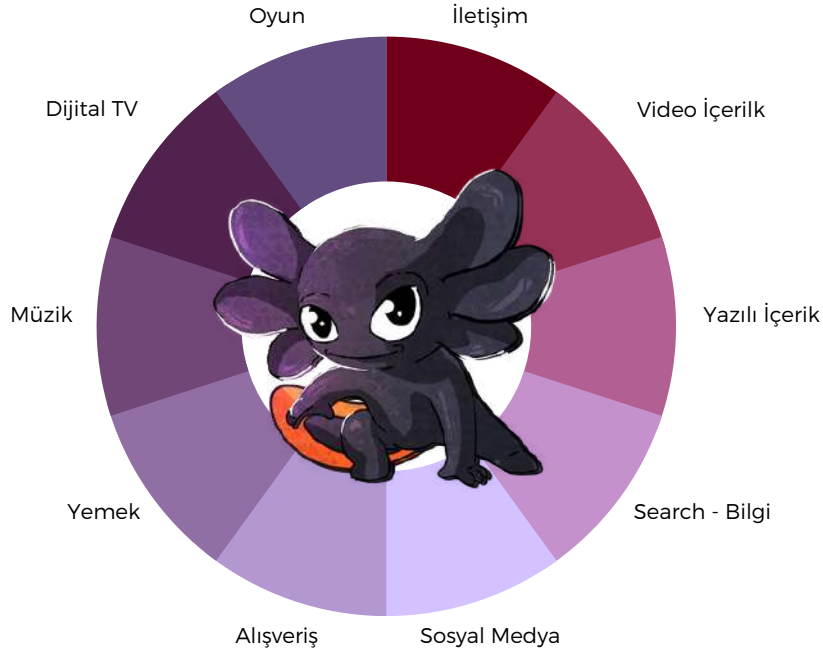
## İndirme Sayılarına Göre Mobil Oyun Türleri

Oyunların indirilme sayılarına baktığımızda, her ne kadar hyper-casual trendinin azalmaya başladığını görsük ve bilsek de, listelerde bu tarz oyunların hala açık ara önde olduğunu görebiliyoruz.



# Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

## Türk Oyuncuların Mobildeki Genel Aplikasyon Tercihleri (Aktif Kullanıcı Bazlı)



# Türkiye'de Android Oyun Dünyası

Google Play'de 192.025 oyun yayıncısı arasında **2.943'ten fazla Türk yayıncı** bulunuyor. *(2021'de bu sayı 158.096 oyun yayıncısı arasında 2.636'dan fazla Türk yayıncı şeklinde idi.)*

Google Play'de 531.946 oyun arasında Türk yayıncıların sunduğu **10.893'ten fazla oyun** bulunuyor. *(2021'de bu sayı 8.890 idi.)*

Türk yayıncıların Google Play'deki 10.893'ün üzerindeki oyunlarının ortalama puanı 5 üzerinden 3.99'dur. *(2021'de bu puan 3.97 idi.)* Bu, tüm mobil oyunların genel ortalama puanı olan 3,93'ten daha iyi bir puan olarak karşımıza çıkıyor.

Türk yayıncıların oyunlarının %2'si ücretli kategoride yer alıyor. Oyunların %76'sı ise oyun içi reklam içeriyor. *(2021'de bu oran %81 idi.)* Türk yayıncıların oyunlarının %23'ünde ise uygulama içi satın alma seçeneği bulunuyor. *(2021'de bu oran %26 idi.)*

Türk yayıncıların oyunlarının sadece %19'u hem Google Play hem de App Store'da mevcut olarak yer alıyor. *(2021'de bu oran %21 idi.)*



# Türkiye'de Android Uygulama Dünyası

Google Play'de 998.300 yayıncısı arasında **5.872'den fazla Türk yayıncı** bulunuyor. (2021'de bu sayı 869.320 yayıncı arasında 5.529'dan fazla Türk yayıncı şeklinde idi.)

Google Play'de bulunan 3.263.079 uygulama arasında Türk yayıncıların sunduğu **22.045'ten fazla uygulama** yer alıyor. (2021'de bu sayı 2.757.563 uygulama arasında 20.000'den fazla uygulama idi.)

Türk yayıncıların Google Play'deki 22.045'in üzerindeki uygulamalarının ortalama puanı 5 üzerinden 3.86'dır. (2021'de bu puan 3.85 idi.) Bu, tüm mobil uygulamaların genel ortalama puanı olan 3,71'den daha iyi bir puan olarak karşımıza çıkıyor.

Türk yayıncıların uygulamalarının %5'i ücretli kategorisinde yer alırken, uygulamaların %43'ü reklam içeriyor. (2021'de bu oran %46 idi.) Uygulamaların %13'ünde ise uygulama içi ödemelerden yararlanılıyor. (2021'de bu oran %14 idi.)

Türk yayıncıların uygulama dağılımına baktığımızda; %67'sinin farklı kategorilerdeki uygulamalar, %33'ünün ise oyun olduğunu görüyoruz. (2021'de bu oran %69'a %31 idi.)



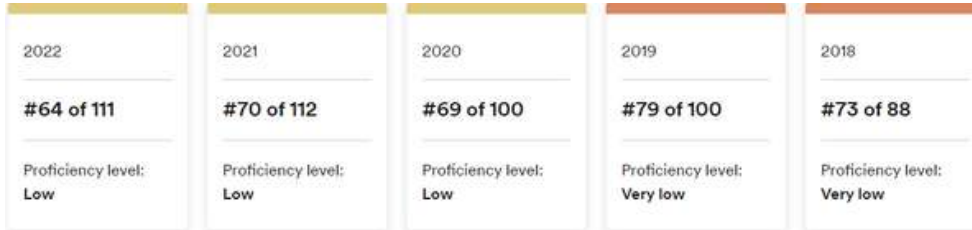
# Türk Oyuncular İçin Yerelleştirme Neden Olmazsa Olmazlardan?

**Education First English Language School**'un, dünyanın dört bir yanından 111 ülkenin katılımıyla gerçekleştirdiği 2022 İngilizce Yeterlilik Endeksi'ne göre, Türkiye bir önceki yıla göre yükselişte.

Tabloya göre, Hollanda daha önceki yıllarda olduğu gibi, İngilizce konuşma oranında hala 1 numara. Türkiye ise 111 ülkenin yer aldığı listede 6 basamak ilerleyerek 70. sıradan 64. sıraya çıkmış durumda.



## Proficiency Trends





# Türk Oyuncular İçin Yerelleştirme Neden Olmazsa Olmazlardan?

Türkiye 2018'de 11 basamak gerileyerek 73. sıraya düşmüştü. 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, 2022'de de yine yükselme ivmesiyle 64. sıraya gelmiş olsa da genel olarak baktığımızda hala yeterlilik olarak düşük kategorisinde bulunuyor.

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, Çğ 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 2022 ÖZETİ

### TÜRKİYE'DE OYUN KONSOLLARINDA EN ÇOK DİNLENENLER

#### 2022'de Türkiye'de Oyun Konsollarında En Çok Dinlenen Sanatçılar

- UZI
- cakal
- Lvbel C5
- Ezhel
- Batuflex
- Reckol
- Motive
- XXXTENTACION
- Sefo
- Eminem



#### 2022'de Türkiye'de Oyun Konsollarında En Çok Dinlenen Şarkılar

- cakal - İmdat
- UZI - PAPARAZZI
- UZI - ARASAN DA
- Lvbel C5 - 10 NUMARA
- Lvbel C5 - GELMEZSEN GELME
- cakal - Lütfen
- Güneş - Suçlarımdan Biri
- Arcane, Imagine Dragons, JID, League of Legends - Enemy (with JID)
- Tom Odell - Another Love
- UZI - CINDY



# Müzik, Oyunun Vazgeçilmez Bir Parçası

## SPOTIFY 2022 ÖZETİ

### TÜRKİYE'DE OYUN KONSOLLARINDA EN ÇOK DİNLENENLER

#### 2022'de Türkiye'de Oyun Konsollarında En Çok Dinlenen Podcast'ler

- Meksika Açmazı
- O Tarz Mı?
- Ortamlarda Satılacak Bilgi
- Mesut Süre ile Rabarba
- Barış Özcan ile 111 Hz
- Biraz Konuşabilir miyiz?
- Podcastia Maceraları – Bir RPG Yayını!
- Reddit Zone
- N'aaptın
- KALT'ın Podcast'i



#### 2022'de Türkiye'de Oyun Konsollarında En Çok Dinlenen Albümler

- UZI – Kan
- cakal – Paradoks
- UZI – EL CHAVO
- Lvbel C5 – C5MODE
- Reckol – Özlüce Trap Boys
- Motive – 22
- Güneş – Atlantis
- Lil Nas X – MONTERO
- XXXTANTACION – 17
- No.1 – Kron1k



# Müzik, Oyunun Vazgeçilmez Bir Parçası

## SPOTIFY 2022 ÖZETİ

### TÜRKİYE'DE OYUN KONSOLLARINDA EN ÇOK DİNLENENLER

#### Oyun Sekmesi İçinde En Çok Dinlenen Spotify Çalma Listeleri

- Phonk
- Top Gaming Tracks
- Ultra Gaming
- Down Low
- Indie Gaming
- Ultimate Fifa Soundtrack
- Fifa 23 Official Soundtrack
- Trophy Room
- Video Game Soundtracks
- League Of Legends Lil Nas X Takeover
- Retrowave // Outrun
- Nitroboost
- Bass Arcade
- EA Sports Fifa Mix
- Top Gaming Tracks of 2022
- PUBG: Battlegrounds, Thank You Survivors



# Türk Oyuncuların 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 Oyuncuların Karakteristik Özellikleri

01

## 30 - 40 Yaş Arası Oyuncu

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

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 ve bilgisayar.

03

## 18 - 24 Yaş Arası Oyuncu

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

04

## 12 - 18 Yaş Arası Oyuncu

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



# Türk Oyuncuların Karakteristik Özellikleri

## TÜRK OYUNCULARIN OYUNLARA KARŞI BAKIŞ AÇILARI

- Görsel Bir Dünya / Farklı Görsellikte Evrenler
- Hikayesi ile İçine Çeken
- Her Tarzdan Tadın Olduğu
- Her Duygunun Üst Seviyede Yaşandığı
- Oyunların İçinde O Dünyanın Kuralları ile 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

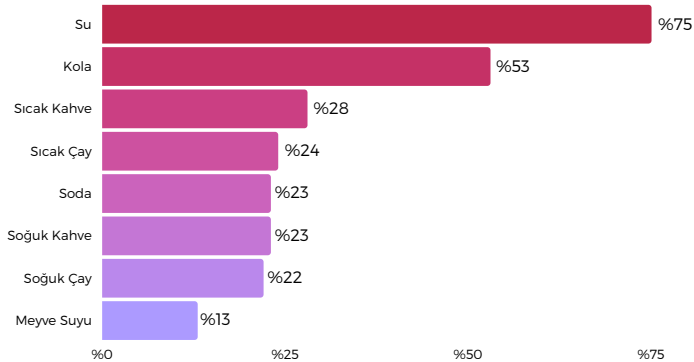
- Heyecan
- Stres
- Zafer
- Keyif
- Kızgınlık
- Üzüntü
- Merak
- Mutluluk
- Sabırsızlık
- Hırs
- Mücadele
- Çöküş
- Sorumluluk
- Alışkanlık



# Türk Oyuncuların Oyun Oynarken Tükettiği İçecekler

Oyuncuların oyun esnasında içecek tüketimi oranlarına baktığımızda özellikle mobil oyunculara içecek tüketiminin PC oyuncularına göre çok daha düşük olduğu görülüyor. Oyuncular arasında bilgisayar başında oyun oynamak, mobil platformda oyun oynamaya göre daha özel ve kapsamlı bir etkinlik olarak kabul görüyor. Buna istinaden masa başında geçirilen uzun sürelerin de yeme-içme davranışları üzerindeki etkisi büyük oluyor.

Oyuncuların en fazla tüketmeyi tercih ettikleri içecek su olurken ikinci içeceğin ise kola olduğu görülüyor. Kahve ve çay da öne çıkan seçenekler arasında yer alıyor. Kahve ve çay tüketiminde sıcak alternatifler ise soğuklara oranla daha çok tercih ediliyor.



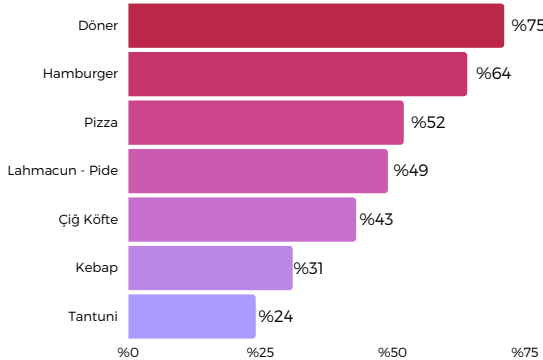


# Türk Oyuncuların Beslenme Alışkanlıkları

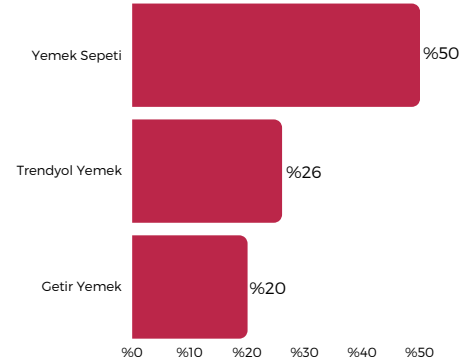
Yapılan global araştırmalar oyuncuların "oldukça sağlıksız" beslendiğine dair yaratılan toplumsal yanlışın aksine, kişilerin beslenme alışkanlıklarının yaşlılarından çok da farklı olmadığını gösteriyor. Cips, oyuncuların en sık tercih ettikleri ürün olurken, kuruyemiş ve meyveler de tercih edilen diğer atıştırmalıklar arasında yer alıyor.



## Oyuncuların Yemek Tercihleri



## Sipariş Uygulama Tercihleri



# Türk Oyun Sektörü Ne Durumda?

2022'de, global olarak uluslararası siyasette yaşanan dalgalanmaların ekonomideki yansımalarını, dünyadaki birçok ülke ile birlikte Türkiye'de de yaşıyoruz. Özellikle TL'nin Dolar karşısında gücünü kaybetmesi Türkiye oyun sektörünü oldukça etkiledi ve etkilemeye de devam ediyor. Türkiye mevcut oyuncu sayısı bakımından oldukça iyi durumda olsa da ekonomik şartlar oyuncuların alım gücünü zorluyor.

**OYUNCULARIN ALIM GÜCÜ OYUNLARIN HIZINA YETİŞEMİYOR!**



# Türkiye'de Oyun Sektörü

2022'de, global olarak uluslararası siyasette yaşanan dalgalanmaların ekonomideki yansımalarını, dünyadaki birçok ülke ile birlikte Türkiye'de de yaşıyoruz. Özellikle TL'nin Dolar karşısında gücünü kaybetmesi Türkiye oyun sektörünü oldukça etkiledi ve etkilemeye de devam ediyor. Türkiye mevcut oyuncu sayısı bakımından oldukça iyi durumda olsa da ekonomik şartlar oyuncuların alım gücünü zorluyor.

2021'de 8.9 TL olan ortalama Dolar kuru 2022'de 16.58 TL'ye sıçradı. Bu da çok açık bir şekilde sektörü etkiledi. Alım gücü yükselmeyen oyuncular hala en büyük hobileri olan oyunlar için para harcarsa da harcadıkları paranın oyundaki karşılığı düşüyor. Bazı oyun firmaları oyun içi ekonomilerini ya da oyun satış fiyatlarını Türkiye şartlarına göre düzenlese de çoğunluk küresel stratejisine devam ediyor. Özellikle PC ve konsol platformlarında yeni çıkan büyük oyunların 800 - 1500 TL gibi fiyat etiketlerine sahip olması oyuncuları oldukça zorluyor. Yani küresel satış fiyatı 80 dolar olan (ki bu yeni bir oyun için çok da pahalı bir rakam değil) bir oyunu oynayabilmek için Türk oyuncular, indirimleri ve dönemsel kampanyaları takip eder hale geldi.

Bazı oyuncular PlayStation Plus, Xbox Game Pass gibi aylık abonelik sistemlerine geçiş yaparak bu sorunu bir nebze çözmeye çalışırken, bazı oyuncular da free to play kategorisindeki mobil ve PC oyunlarına kaymaya başladı. Hyper-casual oyunlar yavaş yavaş trend olmaktan çıkarak yerini casual ve midcore-casual oyunlara bırakmış durumda. Battle Royale, FPS, Yarış, Spor Strateji ve MOBA oyun türleri hala en popüler türler olarak yerlerini koruyor.

Türkiye 2022'de mobilde: Subway Surfer, PUBG Mobile, Roblox, 101 Okey Plus, Words Of Wonders, Free Fire, Mobile Legends, Genshin Impact, Kafa Topu 2 ve benzeri oyunları tercih ederken PC ve konsollara baktığımızda: God Of War Ragnarok, Genshin Impact, PUBG, Lost Ark, VALORANT, LoL, CS: GO, Minecraft, Roblox, Call Of Duty öne çıkan oyunlar arasında yer alıyor.



# Türkiye'de Oyun Sektörü

## 2022'in En Dikkat Çeken Gelişmeleri

### Dream Games 255 Milyon Dolar Yatırım Aldı

2022'nin hemen başında 255 milyon dolarlık yeni yatırım ile birlikte Dream Games'in toplam değerlemesi 2,75 milyar dolara ulaştı. Şirketin son bir yılda gerçekleştirdiği üçüncü yatırım turu olan Seri C turuna Index Ventures liderlik etti. Yatırım turuna Makers Fund, BlackRock, IVP, Kora ve Balderton Capital gibi önemli fonlar da katıldı. Firmanın ilk oyunu 'Royal Match', 2021'de dünyanın en fazla hasılat yapan mobil oyunlarından biri olurken; ABD, İngiltere ve diğer önemli pazarlarda en büyük ilk 10 mobil oyun arasında yer aldı.



SONER AYDEMİR



# Türkiye'de Oyun Sektörü

## 2022'in En Dikkat Çeken Gelişmeleri

### S2G PUBG MOBILE Dünya Şampiyonu Oldu

Ülkemizde ve dünyada en popüler mobil oyunların arasında yer alan PUBG: MOBILE battle royale oyununun 2022 dünya şampiyonası "PUBG Mobile Global Championship 2022", Malezya'da ve büyük finali Endonezya'da olacak şekilde iki ülkede ortak olarak gerçekleştirildi. 10 Kasım 2022 tarihinde başlayıp 8 Ocak 2023 tarihine kadar devam eden turnuvaya tüm dünyadan toplamda 50 takım katıldı. Toplamda 4 milyon dolar ödül havuzu bulunan turnuvada şampiyon Türkiye'den S2G takımı oldu. S2G, Türk espor tarihinin en büyük başarısı olarak nitelendirilen bu dünya şampiyonluğunun sevincini tüm ülkemize yaşatırken, S2G taraftarları, Türkiye Espor Federasyonu, çeşitli haber kuruluşları ve oyun severler bu başarıya bolca ilgi gösterdi.



# Türkiye'de Oyun Sektörü

## 2022'in En Dikkat Çeken Gelişmeleri

### VCT 2022 Türkiye'de Gerçekleşti

Dünyanın en büyük resmi VALORANT Espor Turnuvası unvanıyla ilk kez 2021 senesinde Berlin'de düzenlenen VCT, 2022 yılında ise İstanbul'da gerçekleşti. Oyun ve espor alanının öncülerinden biri olan ülkemizde, VALORANT en popüler PC oyunları arasında yer alıyor. Dünyanın dört bir yanından toplam 16 takımın yarıştığı VALORANT Champions 2022'de, Brezilya temsilcisi LOUD ekibi, turnuvanın galibi olarak 2022 VALORANT Dünya Şampiyonu unvanını almaya hak kazandı. Heyecan ve rekabetin daima üst düzeyde seyrettiği Champions 2022 etkinliğine Türk influencerlar ve Türk espor camiasının önemli isimlerine ek olarak dünyaca ünlü influencerlar, global espor camiasından önemli isimler ve uluslararası sanatçılar da büyük ilgi gösterdi. Dünyanın dört bir yanından gelen espor severlerin büyük bir coşkuyla izlediği ve dünya finali heyecanının doruklarda yaşandığı etkinlik, Volkswagen Arena'da gerçekleşti. Etkinliğin toplam ödül havuzu 1 milyon ABD doları olarak kayıtlara geçti.

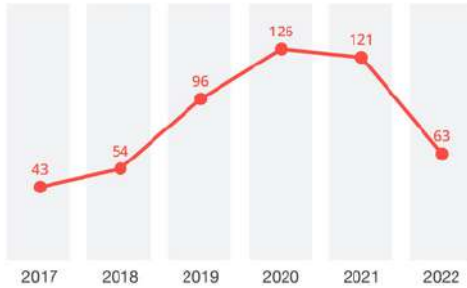


VALORANT



# Oyun Sektöründe Yatırımlar

## Yıllara Göre Türkiye'de Start-up'lar

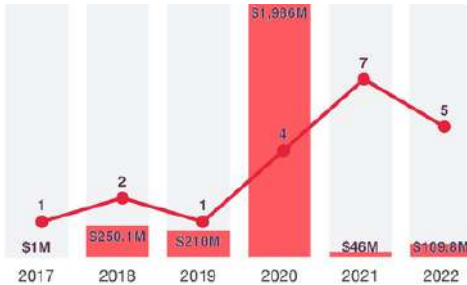


- 2017 - 43 Adet Oyun Start-up
- 2018 - 54 Adet Oyun Start-up
- 2019 - 96 Adet Oyun Start-up
- 2020 - 126 Adet Oyun Start-up
- 2021 - 121 Adet Oyun Start-up
- 2022 - 63 Adet Oyun Start-up

Toplam kurulan 737 oyun start-up'ının %18'i kapanırken 606 tanesi hala faaliyet göstermekte!



## Son 6 Yılda Yerli Oyun Sektöründeki Exit Yapan Firma Sayısı



- 2017 yılında 1 adet, toplam 1 Milyon \$
- 2018 yılında 2 adet, toplam 250.1 Milyon \$
- 2019 yılında 1 adet, toplam 210 Milyon \$
- 2020 yılında 4 adet, toplam 1.986 Milyar \$
- 2021 yılında 7 adet, toplam 46 Milyon \$
- 2022 yılında 5 adet, toplam 109.8 Milyon \$



# Oyun Sektöründe Yatırımlar

## 2017 - 2022 Yılları Arasında En Çok Fon Toplayan Start-up'lar ve En Çok Fon Sağlayan Yatırımcılar

MOST FUNDED STARTUPS (2017-2022)		TOP INVESTORS (2020-2022)**	
	\$467.5M		14
	\$55M		11
	\$30M		8
	\$10M		6
	\$7.3M		3

- Dream Games - 467.5 Milyon \$
- Spyke Games - 55 Milyon \$
- Libra Softworks - 30 Milyon \$
- Metaverse Game Studios, Inc. - 10 Milyon \$
- Agave Games - 7.3 Milyon \$

- WePlay Ventures - 14
- Ludus Ventures - 11
- Games United - 8
- Boğaziçi Ventures - 6
- Actera Group - 3



## Türk Oyun Sektöründeki En Büyük 5 Exit

TOP EXITS		TOP ACQUIRERS	
	\$1.8B		7
	\$250M+		1
	~\$200M		1
	\$180M		
	\$100M		

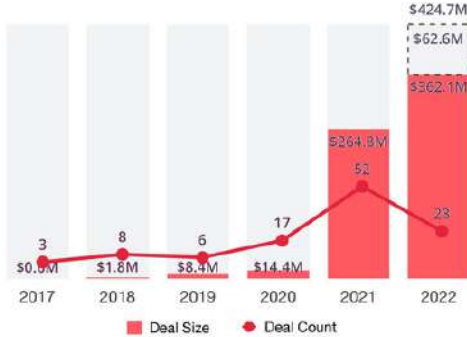
- Peak 1.8 Milyar \$
- Gram Games 250 Milyon \$
- Masomo 200 Milyon \$
- Rollic 180 Milyon \$
- Alictus 100 Milyon \$





# Oyun Sektöründe Yatırımlar

## Türk Oyun Sektöründe 2022'de Ne Kadar Yatırım Yapıldı?



- 2017 yılında 3 adet, toplam 0.6 Milyon \$
- 2018 yılında 8 adet, toplam 1.8 Milyon \$
- 2019 yılında 6 adet, toplam 8.4 Milyon \$
- 2020 yılında 17 adet, toplam 14.4 Milyon \$
- 2021 yılında 52 adet, toplam 264.8 Milyon \$
- **2022 yılında 23 adet, toplam 424.7 Milyon \$**

Not: Rakamlar yerleşik olarak Türkiye içinde bulunan firmalar baz alınarak hesaplanmıştır.



- 2022'de tohum, erken ve sonraki risk sermayesi aşamalarında farklı sektörlerden toplam 300 anlaşmaya 1 milyar 593 milyon dolar yatırım yapıldı. Kripto yatırımlar da buna eklendiğinde total hacim 1 milyar 656 milyon dolar etti.
- Getir anlaşmaları hariç tutulduğunda tüm zamanların rekoru (825 Milyon dolar) kırıldı.
- Getir anlaşması hariç, yatırımların %54'ü Oyun ve Fintech (Finand ve Teknoloji) sektörüne ait. Oyun ve Fintech sektörleri, yatırım miktarları açısından kendi sektörlerinde tüm zamanların rekorlarını kırdı.
- Anlaşma sayısı açısından; Fintech, Saas, Gaming, AI ve pazar yeri 2022'nin en önemli konu başlıkları oldu.
- 2022'de İstanbul, Londra'nın ardından Avrupa'da en çok oyun anlaşması yapılan şehir oldu. Dünya çapında ise beşinci sırada yer aldı.



# Oyun Sektöründe Yatırımlar 2022

Şirket	Yatırımcı	Yatırım Miktarı
Abrakadabra Games	Zihni Holding	15 Milyon Dolar Değerleme
Ace Games	Playtika	25 Milyon Dolar
Ace Games	Re-Pie	8 Milyon Dolar
Agave Games	Felix Capital ve 500 Istanbul	7 Milyon Dolar
Alictus	SciPlay	100 Milyon Dolar (Hisse Satın Alım)
Artlabs	EGİAD Melekleri ve Kültepe Yatırım	700 Bin Dolar
Atlas Space	Startupfon, Techone VC, AFM	
Cypher Games	500 Global, Joakim Achrén, Akın Babayiğit	3.2 Milyon Dolar
Dream Games	Index Ventures, Makers Fund, BlackRock, IVP, Kora, Balderton Capital	255 Milyon Dolar
Drybrush	Joygame	
Elyzio	Paribu Ventures, Shima Capital ve Solana Ventures, Abdelmounaim Derraz	2 Milyon Dolar
Flank Esports	FUT Ventures	
Fomo Games	Libertus Capital	67.5 Milyon TL Değerleme
Gleam Games	Fatih İşbecer ve Fırat İşbecer	1 Milyon Dolar
Heaventures	x	26 Milyon TL
Hyperlab	Avni Yerli, Ali Can Temel	7.5 Milyon Dolar Değerleme
Kodris	Onur Canlıtepe ve Barış Sivri, Cantekin Dinçerler, Duran Cesur, Çağatay Bircan, Mehmet Çelikel, Kamil Özdağ, Ahmet Kocamaz, Nicolaos Anagnostopoulos, Cezmi Aydoğdu	420 Bin Dolar



# Oyun Sektöründe Yatırımlar 2022

Şirket	Yatırımcı	Yatırım Miktarı
L8 Studios	Lima Ventures	
Magic Games	Makers Fund, Hummingbird Ventures	5 Milyon Dolar
Manc	Mancium için GEM Digital Limited	<b>50 Milyon Dolar</b>
Metacorn Games		8 Milyon TL
Mixer Games	WePlay Ventures ve Diffusion Capital Partners	1.6 Milyon Dolar Değerleme
NDG Studio	Boğaziçi Ventures ve Mert Firat	3.1 Milyon TL
Joygame		
njoyKidz	DOMiNO Ventures, Anibera, Angel Effect, Aegean Ventures ve Mustafa Serdar Arıkan	525 Bin Dolar
Odeeo	Eric Seufert, Anton Gauffin, Christian Calderon ve Lior Shiff	9 Milyon Dolar
Pax Animi Games	Alesta Yatırım	8 Milyon 750 Bin TL Değerleme
Pink Games	Geometry Venture Development, Alesta Yatırım ve bir bireysel yatırımcı	1.2 Milyon Dolar Değerleme
Plummy Games	X-Flow Games	6 Milyon Dolar
Portuma	AdsYield	20 Milyon Dolar Değerleme
POW Games	Matchingham Games	10 Milyon Sterlin



# Oyun Sektöründe Yatırımlar 2022

Şirket	Yatırımcı	Yatırım Miktarı
Revel Games	Sebastien Borget ve Arthur Madrid, Akın Babayığıt, Ümit Boncukçu, Tolga Şen, Melih Ödemiş, Bora Uygun, Fırat Kalsın, Kenan Yılmaz, Eriñ Özada, Tom Hammond, Uğur Şeker, Tolga Esin, Murat Coşkun, Ahmet Dik, Scott Wood, Barış Alnıaçık ve Kenny Carvalho	4.5 Milyon Dolar
Scoutli	Alesta	7.42 Milyon TL
Space Runners	Polychain Capital, Pantera, Accel Ventures, Jump Capital ve Core Ventures	10 Milyon Dolar
Spinblade		250 Bin Dolar
Sportimec	TT Ventures	
Spyke Games	Griffin Gaming Partners	<b>55 Milyon Dolar</b>
The Unfettered	Vendetta Capital, Icetea Labs, Animoca Brands, Morningstar Ventures, Bridge Mutual, Momentum6, FomoCraft, GAINS Associates, ZBS Capital, L.A.B.S. Group'tan Yuen Wong, Illuvium CEO'su Kieran, Good Games Labs, BreederDAO, PolkaCity, RBL Labs, Paribu Ventures, Cryowar, Parachain Ventures, Gate.io Labs, Sam Ong, Tehmoonwalker	2.5 Milyon Dolar
Tripledote	Access Industries, Lightspeed Venture Partners ve Eldridge	<b>116 Milyon Dolar</b>
UGC90	The Sandbox	
Umuro Game	Keiretsu Forum Türkiye melek yatırımcıları	32 Milyon TL Değerleme
Yin Yang Games	Gelişim Group	1 Milyon Dolar



# Oyun Sektöründe Yatırımlar 2022

Gelişen mobil teknolojiler, dijital oyun sektörünün kurumsal ve nitelikli yatırımcıların radarına girmesini sağlamıştır. Dijital oyun sektörü, son otuz yıla damgasını vuran global ölçekteki devler ligi oyuncusu şirketlere ev sahipliği yapan bir sahaya dönüşmüştür.

2022 yılına sektördeki dev şirket satın almaları damgasını vurdu. Dünya yazılım devi Microsoft oyun dünyasının en büyük şirketi olan Activision Blizzard'ı 68,7 milyar dolarlık değer üzerinden satın alacağını duyururken. Bir diğer dev oyun şirketi Zynga Take-Two tarafından 12,7 milyar dolar değerlendirme ile satın alındı.

Premiyer ligin ışıltısı, yeni kurulan şirketlerin de sahaya çıktıkları gün yatırımcılarına piyasanın çok üzerinde getiriler sağlaması motivasyonunu yaratmaktadır. Ancak yüksek getiri beklentisi yüksek riski de beraberinde getirir. Nitekim bu şirketlere kurulum aşamasında yatırım yapan girişim sermayesi fonları nitelikli yatırımcılara yönelik olup küçük yatırımcıların erişimine kapalıdır.

Girişim sermayesi fonları birçok şirkete portföy mantığında yatırım yaparak riski minimize etmeye odaklanır. Yatırım yapılan şirketler yeni kurulmuş, çoğunlukla elinde sermayesi kısıtlı, nakit yaratmayı henüz başaramamış, ARGE ve pazarlama giderleri yüksek şirketlerdir. İş akışlarında yaşanacak herhangi bir sıkıntı bu şirketlerde büyük kayıplara yol açabileceğinden riskleri iş döngüsünün ileriki safhalarında yer alan şirketlere göre yüksektir. Diğer yandan halka açık olmadıklarından finansalları ortaklarla sınırlı bir kitlenin erişimine açık olup izlenebilir ölçekte değildir.



**HÜSEYİN ÖMÜR  
KARAKUŞ**  
BOĞAZIÇI VENTURES  
CFA - BV PORTFÖY  
GENEL MÜDÜR  
YARDIMCISI

**BOĞAZIÇI  
VENTURES**



# Oyun Sektöründe Yatırımlar 2022



2022

Oysa halka açık şirketler, işlem gördükleri borsaların kuralları çerçevesinde finansallarını açıklamakla ve belirli bir şeffaflık seviyesini korumakla mükelleftir. Böylelikle yatırım kararları alınırken geçmiş yılların bilanço, gelir ve nakit akım tablosu analizleri kolaylıkla yapılabilmektedir. Keza bu şirketlerin iş modelleri, sahip oldukları oyunlar, servisler, gelir kalemleri, telif hakları gibi ana unsurları da büyük ölçüde halka açık olup çeşitli kaynaklardan kolaylıkla doğrulanabilmektedir.

Son yılların yükselen trendlerinden olan tematik yatırım fonları, belirli sektörlerdeki halka açık şirketlere portföy yönetimi ilkeleri çerçevesinde ve risk kontrol prensibi ile yatırım yapılabilmesine olanak sağlayan yatırım araçları olarak karşımıza çıkmaktadır. Yatırım yapılan şirketlerin bilanço analizleri yapıp, sektörel dinamikler özelinde şirketlerin iş modellerinin gelecekte nasıl bir büyüme fırsatı verdiği araştırılarak fon portföyü oluşturulur. Tematik fonlara küçük veya büyük her türlü yatırımcı kolaylıkla yatırım yapabilmektedir. Bu fonların yatırım portföyü düzenli olarak her ay yayınlanmakta, böylelikle şeffaflık ve izlenebilirlik ile güvenli yatırım ortamı desteklenmektedir. Global borsalarda işlem gören halka açık oyun şirketlerinin piyasa değeri 3 trilyon doların üzerindedir. Bu fonlar sayesinde yatırımcılar büyüme potansiyeli olan şirketlere yatırım yapabilmektedirler.

Bu noktada dijital oyun sektörüne yönelik tematik fonlar, sektörün hız kesmeyen büyüme trendi ile giderek daha çok yatırımcıyı kendisine çekmektedir. Dijital oyun sektörüne güvenli ve yönetilebilir bir risk skalası ile yatırım yapmak için, finansal analizi sektörel dinamikler ışığında portföyelerine yansıtan tematik fonlar diğer fonlara göre bir adım öne çıkmaktadır. Bu sayede global ölçekteki devler ligi, birikim tutarından bağımsız olarak tüm yatırımcılar için erişilebilir bir yatırım aracına dönüşmektedir.



**HÜSEYİN ÖMÜR  
KARAKUŞ**  
BOĞAZIÇI VENTURES  
CFA - BV PORTFÖY  
GENEL MÜDÜR  
YARDIMCISI



# Türkiye Esport Federasyonu TESFED

## Röportaj

### Federasyon Başkanımızın 2022 İçin Kısa Değerlendirme Notları

2022 yılının bizim ve camiamız için çok güzel geçtiğini söyleyebiliriz. Yeni spor yasasının çıktısı olarak, 18 Kasım 2022 tarihindeki resmî gazete tebliği ile federasyonumuz ülkemizdeki diğer spor federasyonlarının sahip olduğu statüye kavuştu.

Yeni statümüzle artık çok daha güçlü ve etkili bir şekilde hareket etme olanağımız da oluşmuş oldu.

4. kez düzenlediğimiz Tesfed Türkiye Kupamız 2022'de 11 branşta binlerce esporcumuzun katılımı ile gerçekleşti. Şampiyonlarımız milli seçmeler vesilesi ile uluslararası turnuvalara katılım sağladı ve çok güzel sonuçlar elde ettik.

Avrupa Esport Federasyonu'nun Azerbaycan'da düzenlediği turnuvada Rocket League'de Avrupa 4.'sü olduk ve Montenegro ayağında, Efootball branşında gümüş madalya ile ikinci olduk.



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



# Türkiye Esport Federasyonu TESFED

## Röportaj

### Federasyon Başkanımızın 2022 İçin Kısa Değerlendirme Notları

Global Esport Federasyonu'nun ikincisini düzenlediği Dünya Esport Şampiyonası'na bu sene ülkemizde ev sahipliği yapmanın haklı gururunu yaşadık. İstanbul'da 70'e yakın ülkeyi ağırlayarak 300'e yakın esportçuya ev sahipliği yaptık. İstanbul'da gerçekleşen bu etkinliğin dünyadaki yankısı çok büyük oldu ve 1 milyara yakın sosyal medya etkileşimine ulaşıldı. Esporda kadın temsiliyetine önem vererek ilk defa Dota2 kadın takımı kurduk ve ayrıca Dota2 erkek takımımız milli arenada ülkemize esporda gümüş madalya kazandırmış oldu. Ayrıca Bali'de Uluslararası Esport Federasyonu'nun düzenlediği şampiyonaya da 2 branşta katılım sağladık ve Efootball alanında bronz madalyayı ülkemize kazandırdık.

Şu aşamada federasyonumuza kayıtlı 175 spor kulübü, 61 özel beden eğitim tesisi, 88 antrenör ve 15.375 lisanslı esportçumuz bulunmaktadır. Yeni düzenleme ile artık münferit esportcu lisans başvuruları E-Devlet üzerinden alınabilmekte ve bu vesileyle lisanslı esportcu sayımızın çok ciddi bir artış göstereceğini öngörmekteyiz.



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





# Türkiye Espor Federasyonu TESFED

## Röportaj

### TESFED'in 2023 Stratejisi Ne Olacak?

2023 yılında bizleri çok güzel gelişmeler bekliyor. 2022 yılında Global Espor Federasyonu ile imzaladığımız mutabakat zaptında 10 yıllık uzun vadeli planlarımız var, Singapur ve Suudi Arabistan espor federasyonları ile imzalanan iş birliği anlaşmaları kapsamında espor alanında birçok global ve bölgesel icraatlarımız olacak. Ülkemize kazandırdığımız global etkinliklerin devamını da getirmeyi planlıyoruz.

Espor ekosistemimizin dünyanın sayılı başarılı ülkeleri arasında olduğuna ve kalıcı potansiyelimizin ülke olarak çok yüksek olduğuna inanıyorum. Bunun göstergesi olarak ülkemizde faaliyet gösteren espor kulüplerimiz, oyun şirketlerinin düzenlediği şampiyonalarda üst dereceler yapmakta ve tüm dünya başarılı kulüplerimizin isimlerini ezberlemekte. Bu vesileyle ülkemiz içinde ve dışında bizleri gururlandıran kulüplerimizi ve esporcularımızı da buradan tebrik etmek isterim. 2023 yılının hem Tesfed açısından hem de Türk espor ekosistemi açısından 2022'nin üzerine çıkacağımız ve ülke olarak esporda çok daha başarılı olacağımız bir yıl olacağına tüm kalbimizle inanıyor ve bütün çalışmalarımızı da bu doğrultuda sürdürüyoruz.



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



# RIOT GAMES 2022

## Röportaj

### Riot Games Olarak 2022'nin Kısa Bir Değerlendirmesi

Riot Games olarak 2022 yılında ülkemizde 10. yılımızı devirdik ve 10 yıldır bizimle olan tüm topluluğumuza büyük heyecanlar yaşatacak özel deneyimler sunduk. Bizler için 2022 yılındaki en büyük gurur kaynaklarından biri, şirketin ilk oyunu olan League of Legends'ın ülkemizde tam 10 sene boyunca en sevilen ve en çok oynanan PC oyunu olma özelliğini koruması oldu. LoL, 22 Milyondan fazla hesabı ile Türkiye'nin hala en çok oynanan PC oyunu. Bu başarıyı oyuncu odaklı yaklaşımımız ve kendimizi oyuncu beklentilerine göre sürekli güncellememize bağlıyorum. Riot Games Türkiye olarak, 2012'de kurulduğumuzdan bu yana oyunu şekillendirdik, oyuncularla birlikte değiştik ve geliştik. Birçok farklı anı barındıran bu yolculuğu, topluluk içeriklerimiz, yarışmalarımız, üniversite etkinliklerimiz ve oyunlarımızdaki bazı yeniliklerle hep birlikte kutladık. Bugün dönüp baktığımızda, geride bıraktığımız 10 yılda güçlü içeriğimiz ve oyuncu odaklı yatırımlarımızla topluluğumuzu büyütmeğe devam ettiğimizi görüyoruz. League of Legends'la başladığımız macera, TeamfightTactic, VALORANT, Wild Rift ve Legends of Runeterra olmak üzere farklı tür ve platformlardaki 5 oyunumuzla devam etti. Medya projelerimiz, sanal müzik gruplarımız, hikaye kitaplarımız, çizgi romanlarımız gibi farklı araçlarla da oyuncularımıza ulaşmaya devam ettik. 2022 yılında özellikle VALORANT'a Türk bir ajanın gelmesi ve VALORANT Champions Tour'un İstanbul'da düzenlenmesi tüm dünyanın gözünün ülkemize çevrilmesine yol açtı. Bu da hem senelerdir planladığımız hayallerimizden bazılarının gerçekleşmesi hem de ülkemize kattığı prestijden dolayı bizleri ayrıca çok mutlu etti.



**ERDİÑÇ İYİKÜL**  
RIOT GAMES  
TÜRKİYE ÜLKE  
MÜDÜRÜ

**RIOT  
GAMES**



# RIOT GAMES 2023

## Röportaj

### Riot Games Olarak 2023 Hedefleriniz Nelerdir?

Şu an ülkemizde en çok oynanan iki oyuna Riot Games olarak sahibiz. VALORANT ve League of Legends'ın PC pazarındaki gücünü 2023 yılında da aynı şekilde devam ettirmesini hatta daha fazla yeni oyuncuya ve izleyiciye ulaşmasını hedefliyoruz.

Riot Games'in oyunu merkeze alan ve oyuncu odaklı bir eğlence şirketine dönüşmesi için önümüzde uzun bir yol olduğunun farkındayız. Özellikle Türkiye'de 10 yıldır oyuncularımıza verdiğimiz hizmetleri devam ettirmek ve çeşitlendirmek öncelikli hedefimiz. Oyuncularımızın hayatında oyun oynadıkları zaman dışında da bir kültürel değer olarak yer almaya çalışmaya ve onlar nerede ise orada olmaya devam edeceğiz.



**ERDİNÇ İYİKÜL**  
RIOT GAMES  
TÜRKİYE ÜLKE  
MÜDÜRÜ

**RIOT  
GAMES**



# OYUNLAŞTIRMANIN HAYATIMIZDAKİ YERİ

## Röportaj

### GAMFED

### Türkiye Temsilcisi Ercan Altuğ Yılmaz ile 2022 Değerlendirmesi

2022 yılı Türkiye’de, birçok alanda global ekonomiyi derinden sarsan, pandeminin etkilerinden kurtulma ve toparlanma dönemi oldu. Pandeminin bir yandan da; uzaktan çalışma, online eğitim ve birçok farklı alanda olumlu etkilerinden de bahsetmek mümkün. Bunlardan biri de her geçen gün büyüyen dijital oyun ve oyunlaştırma sektörü.

Oyunlaştırma 2022 yılı boyunca özellikle eğitim, sağlık ve pazarlama alanlarında önemli projelerde kullanıldı.

Pandemi etkilerinin devam ettiği yılın başlarında, özellikle eğitim alanında uzaktan eğitim yapan ilk ve orta dereceli okullarda, derslerin etkileşimli ve verimli geçebilmesi için birçok eğitimci birçok oyun temelli ve oyunlaştırılmış programlar kullanmaya başladı. Sadece çocuk eğitiminde değil online toplantı ve konferanslarda da daha çok etkileşimli, puan toplanan, bilgi yarışmaları ve çark gibi çeşitli oyun elementleriyle online seanslar oyunlaştırıldı.



**ERCAN ALTUĞ YILMAZ**  
GAMFED  
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



# OYUNLAŞTIRMANIN HAYATIMIZDAKİ YERİ

## Röportaj

### GAMFED

#### Türkiye Temsilcisi Ercan Altuğ Yılmaz ile 2022 Değerlendirmesi

Pandemide mecburi sebeplerden de büyük bir ivme yakalayan e-ticaret uygulamaları özellikle yılın ilk döneminde yine artan bu talebin lojistiğini ve müşteri süreçlerine odaklanmışken, ikinci yarısından sonra sadece al-sat ile diğer rakiplerden ayrılmayacağı ve zorunlu kullanan büyük bir kitlenin bu platformları kullanmayı anlamlı ve eğlenceli bulmamasından dolayı birçok e-ticaret platformu oyunlaştırmaya sarıldı.

Getir “Haftanın Görevleri” diye bir uygulama çıkararak kullanıcıları alışveriş yapmasalar da anlamlı bir ilişki kurarak aynı oyunlardaki gibi seri girişle ödüllendirmeye çalıştı. Hepsiburada, oyun ve oyunlaştırmayı en çok ciddiye alanlardan birisi oldu. Yılbaşında tombala oyunundan alışveriş sonrası ürünlerle ilgili bilgi yarışmalarına kadar birçok deneyim barındıran “Oyun Desen Var” sloganıyla açtığı “Oynadıkça Kazan” bölümü oldukça ilgi çekti. Yemeksepeti, Joker uygulamasını geliştirmeye devam ederek tüm segmentlerine eklemeye başladı. Trendyol VIP Elite avantajlarının yanında “Birlikte Al” gibi uzak doğuda popüler olan bir yaklaşımı devreye aldı. Birden çok arkadaşınızla birlikte aldıkça indirim alıyorsunuz. A101, “Bize biraz kendinden bahset” isimli uygulamasıyla kullanıcılara anket türü sorular sorarak ödüller verdiği eğlenceli bir ekranı devreye aldı.



**ERCAN ALTUĞ YILMAZ**  
GAMFED  
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



# OYUNLAŞTIRMANIN HAYATIMIZDAKİ YERİ

## Röportaj

### GAMFED

#### Türkiye Temsilcisi Ercan Altuğ Yılmaz ile 2022 Değerlendirmesi

Birçok e-ticaret uygulaması da haftalık bültenlerinin açılması ve okunmasını artırmak için bu epostaların içine şifreler saklamaya ve biriktirip ilk bulanlara indirimler vermeye başladı. Pandemi döneminde elimizden düşürmediğimiz telefonlarımız belki de bizim birçok sosyal ihtiyaçlarımızı da karşıladı. Bu alanda telekom firmaları da ödüllendirme yöntemlerini tüketilen veri üzerinden; Turkcell Salla Kazan, Türk Telekom Sil Süpür, Vodafone Ödül Çarkı gibi uygulamalarla oyunlaştırdı.

Pandemi dönemi boyunca çalışan deneyiminde ise 'verimlilik' ön plana çıkarken, ofis masrafları, ulaşım, yemek, sosyal alanlar gibi konulardan şirketlerin verimliliği artarken, çalışanların sosyalleşmesi ve özellikle fiziksel faaliyetlerinin azalmasından dolayı "Wellness-Esenlik" olarak adlandırılan alan çok değer kazandı. Çalışanların tüm gün bilgisayar başında kalmasından dolayı çıkan rahatsızlıklar artınca, kurumlar mecburen çeşitli sağlık uygulamalarını devreye aldılar. Çalışanların gönüllü katılımıyla gerçekleştirilen bu aksiyonların hem eğlenceli olması hem de ödüller içermesi, oyunlaştırma alanında da güzel bir örnek teşkil etmiş oldu. Türkiye'de birden çok uzman ve uygulama globale açılarak Wellness alanında bir ilki oyunlaştırma ile gerçekleştirdi. Devlet kurumları ve belediyeler vatandaşları yürütmek amacıyla uygulamalar geliştirdiler. 1,5 sene süren 'evde kalma' nedeniyle azalan aktiflik sürelerimizi oyunlaştırma ile yükseltmeye çalıştılar.



**ERCAN ALTUĞ YILMAZ**  
GAMFED  
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



# OYUNLAŞTIRMANIN HAYATIMIZDAKİ YERİ

## Röportaj

### GAMFED

#### Türkiye Temsilcisi Ercan Altuğ Yılmaz ile 2022 Değerlendirmesi

Oyunlaştırma ayrıca metaverse platformlarında da bir topluluk yönetimi ve içsel motivasyonu kullanmak isteyen markalar tarafından çok iyi bir pazarlama yöntemi olarak kullanıldı.

Az sayıda üretilen NFT'ler, ya da satışlardan gelen gelirleri paylaşma ve başıslama modelleri, oyunlaştırma ile çok ciddi bir fark yarattı. Metaverse platformlarının gerçek gücünün oyunlaştırma ile uzun vadeli ortaya çıkabileceği üzerine fikirler oluştu.

2023 yılında da oyunlaştırma, oyun sektöründen beslenerek birçok farklı platform ve sektörde deneyimi ayrıştırmaya çalışan kurumlarda iş hedeflerine oyunlarla ulaştırmaya devam edecek.



**ERCAN ALTUĞ YILMAZ**  
GAMFED  
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



# OYUN MEDYASINDA SON DURUM

## Röportaj

### Murat Oktay ile 2022 Değerlendirmesi

Oyun medyası farklı süreçlerden geçiyor. Bundan on sene kadar önce medyanın işleyişi şu ana göre çok farklıydı. Çok daha bilinçli bir kitle tarafından yönetilen sektör, ekonomide ortaya çıkan sıkıntılar ile daha da eski dönemlerdeki haline geriledi. Geçtiğimiz yıllarda dağıtıcı firmalar, yapımların tanıtımı ve duyurusu için medya kuruluşları ile birlikte çalışırdı. Ancak Türkiye pazarından çekilmeleri, tanıtım işlerinin oyunlar hakkında pek de bilgisi olmayan PR firmalarına devredilmesine sebep oldu. PR tarafında sektöre özel yetişmiş eleman olmayınca işler kargaşaya sürüklendi. Bu durum, bizler gibi basın kuruluşlarının kaliteli ve yeni içeriğe ulaşma arzusunun önüne geçince, sorundan kurtulabilmek için farklı çözümler üretmek durumunda kaldık. Dağıtıcıların Avrupa temsilcilerine ya da doğrudan üretici firmalara ulaşım ilerlemek zorunda kaldık. Bu da zaten yoğun olan iş akışımızda bizlerin daha fazla efor sarf etmesi anlamına geldi. İster istemez kalitemizi etkilerken maliyetlerimizi de arttırdı.

Ayrıca bazı firmaların benimsediği "Bültenimizi girmiyorsa ürünümüze de ulaşamaz" düşüncesi de basın tarafının önündeki en büyük sorunlardan biri olarak önümüzde. Bizler, her zaman birincil olarak okurumuza karşı sorumluluğumuzu ön planda tutuyoruz. Çok zaman gönderilen bültenleri günler öncesinden zaten yayına alınmış olmasına rağmen iletişim tarafındaki eksiklik hem sektöre zarar veriyor hem de insanların bilgiye ulaşımını engelliyor.



**MURAT OKTAY**  
FOUNDER  
MERLİNİN KAZANI  
PLAY4UK

**MEDYA**





# OYUN MEDYASINDA SON DURUM

## Röportaj

### Murat Oktay ile 2022 Değerlendirmesi

Diğer taraftan bir yayıncı gerçeği var. Teknolojinin değişen yüzü ile halk gazeteciliği ön plana çıkmaya başladı. Ancak basın eğitimi olmayan birçok kişinin hayallerini süsleyen bu çalışma şekli ortaya inanılmaz derecede yanlış bilgi ve karmaşa çıkardı. Medya tarafı bir içerik üretirken haberin doğruluğunu sorgulamak ya da geliştirebilmek için birçok farklı kaynaktan yararlanırken, firmadan alacağı bir oyun karşılığında hiç olmayacak yapımların övüldüğüne ya da oyunu alamazsa son derece iyi olanların yerildiğine şahit oluyoruz. Elbette bütün yayıncıları bu çerçevede değerlendirmek yanlış olur. Benim de keyif alıp severek takip ettiklerim var. Ancak genele baktığımda ciddi bir yozlaşmayı da görüyorum.

Geldiğimiz noktada sektöre yıllarını veren gazeteci arkadaşlarımızın da bu furyadan etkilenip tek başlarına yol almaya başladıklarını görmek üzüntü verici. Çok önemli bir atasözümüz vardır: "Birlikten kuvvet doğar" Ne yazık ki sektör bundan oldukça uzaklaşmış durumda. Bilgi birikimi olan, çok değerli gazeteci arkadaşlarımız kendilerini farklı bir yola yöneltmiş, "Arkadaşlar, kanalıma abone olmayı unutmayın" diye ortalıkta dolaşiyor. Yaptıkları işin kalitesi ortada olsa da basının bu olmadığını hepimiz biliyoruz.



**MURAT OKTAY**  
FOUNDER  
MERLİNİN KAZANI  
PLAY4UK

**MEDYA**



# OYUN MEDYASINDA SON DURUM

## Röportaj

### Murat Oktay ile 2022 Değerlendirmesi

Anlattıklarımın sonucu olarak medya kuruluşları bu süreçten oldukça etkilendi. Birçoğu yaşamını devam ettirebilmek için farklı sektörlerde gelir modelleri yaratmaya çalışırken, arama motorlarının rahatlıkla kandırılabilir SEO yapısı, bizlerin özgür içerik üretim sürecimizi de engelliyor.

Şu an dolaştığımız birçok siteye baktığımızda, içerik üretim yapılarının aynı olmasının en büyük sebebi budur. Okur sadakati, yerini daha kolay olan aramaya bırakınca arama motorlarının sunduğu bilgiye mecbur kalıyoruz ki üretilen içeriklerin birçoğu kaliteden uzak, birbirinin kopyası ve çoğunlukla yanlış ya da eski bilgiler ile dolu. Bizlere zaman kazandırması gereken arama teknolojileri daha çok zaman kaybettirir bir hale gelmiş durumda.

Umutsuz bir tablo çizmiş olsam da gelecekte oldukça umutluyum. Zira işin en önemli bacaklarından biri olan PR tarafında sadece oyuna yönelik ekip kurup, bu alanda faaliyet gösteren firmalar ortaya çıkmaya başladı. Üzerlerine çok büyük bir yük düşüyor ancak yakın gelecekte bu firmaların büyümesi ile medya sektörünün eski anlamını kazanmaya başlayacağına inanıyorum.



**MURAT OKTAY**  
FOUNDER  
MERLİNİN KAZANI  
PLAY4UK

**MEDYA**



# OYUN MEDYASINDA SON DURUM

## Röportaj

### Burak Akmenek İle 2022 Değerlendirmesi

2022 genel olarak oyun medyası açısından çok parlak bir yıl değildi. Hem hit oyunların yıl sonuna kalması hem de çıkan oyunların çoğunun hayal kırıklığı yaratması bunda etkili oldu. Yükselen influencer etkisi ve süzölmüş bilgi yerine eğlencenin ön plana çıkması ise devam eden değişimin göstergesiydi.

Bu değişim eğlenceli olmasına karşın insanların kendine benzeyen yayıncıları takip ederek kendi kendini doğrulama ihtiyacını karşılamasını ön plana çıkarttı. Bu da tıpkı TV kanallarında olduğu gibi ister istemez kendisiyle ortak zevklere sahip ve hayat görüşünü paylaşan aynı yayıncıları seyreden bir kitleyi doğurdu.

Tamamen tek kişinin bilgi kapasitesine bağlanması ise bence en büyük sorun. Bugün sosyal medyanın haber kaynağı olmamasına benzer bir durumla karşı karşıyayız. Takipçi "her zaman şüphelenmeli" ve araştırmalı. Allah'tan işini iyi yapan influencerlar ve basından influencerlığa geçen arkadaşlarımız var.



**BURAK AKMENEK**  
FOUNDER  
FRAGTİST

MEDYA



# OYUN MEDYASINDA SON DURUM

## Röportaj

### Burak Akmenek İle 2022 Değerlendirmesi

2023 oyun basınının içerik açısından daha da doyduğu bir yıl olacak. Fakat basın mecralarının bir satış alanı olarak görülmesi bizim okuyucuya olan tarafsız içerik sorumluluğumuzla daha fazla çelişen bir sorun olarak varlığını devam ettirecek. Ülkemizdeki alım gücünün düşmesine paralel olarak gelen düşük satışlardan dolayı sadece oyun değil donanım firmalarının da kontak ofislerini veya PR çalışmalarını kapatması haliyle basın tarafının hem bilgiye hem de bütçelere erişim gücünü düşürdü ve düşürmeye devam edecek.

Açıkçası oyun medyasının geleceğini çok parlak görmüyorum. Medyanın “bilinçli influencer” olarak devam etmesi gerektiğini düşünüyorum. Bu dönüşüm de 1-2 yıl içerisinde tamamlanacaktır. Burada sağlam bir topluluğa sahip yayıncılar ayakta kalırken onlar da ister istemez içerik üretimlerini değiştirmeye devam edecekler. Malumunuz “değişmeyen tek şey değişimdir”.



**BURAK AKMENEK**  
FOUNDER  
FRACTIST

**MEDYA**



# TÜRKİYE'DE CİDDİ OYUNLAR NE DURUMDA?

## Röportaj

Ciddi oyunlar, eğlenceden farklı birincil amaç taşıyan oyunlardır. Ciddi oyunların temel işlevi, bilgi sunmak ve kalıcı öğrenmeyi sağlamak amacıyla eğitim, savunma, sağlık, acil durum yönetimi, şehir planlama gibi çeşitli sektörlerde kullanılmaktadır.

Küresel Ciddi Oyun Pazarı Raporu'nda (The Serious Games Global Market Report 2022) büyümenin 2021'de 6,73 milyar dolardan, 2022'de %22,3 bileşik yıllık büyüme oranıyla 8,23 milyar dolara çıkması beklenmektedir.

Ciddi oyun pazarı, oyun platformu, uygulama, endüstri sektörü ve bölge bazında bölümlere ayrılmıştır. Oyun platformu pazarında 2020 yıllarında akıllı telefon ve konsol ilk sırada beraber yer alırken 2030 yılında telefonların pazardaki büyümesinin artması bekleniyor. (Akıllı telefon, konsol, bilgisayar ve diğerleri...)

### Ciddi Oyun Sınıfları

- Havacılık ve savunma
- Otomotiv
- Eğitim
- Enerji
- Sağlık hizmeti
- Devlet
- Medya ve reklamcılık

### Uygulama Temelinde Pazardaki Büyüme Sıralaması

- Simülasyon ve eğitim,
- Araştırma ve planlama
- Reklam ve pazarlama
- İnsan kaynakları
- Diğerleri



**AFRA ÇALIK**  
TEKNOLOJİ  
OYUNLAŞTIRMA VE  
EĞİTİM DERNEĞİ  
YÖNETİM KURULU  
BAŞKAN YARDIMCISI

**SERIOUS  
GAMES**



# TÜRKİYE'DE CİDDİ OYUNLAR NE DURUMDA?

## Röportaj

Ülkemizde ise ciddi oyun sektörü havacılık ve uzay, eğitim ve askeri gibi alanlara yoğunlaşmıştır. Simsoft şirketi ciddi oyun açısından ülkemizde önde gelen firmalardan biridir. Şirket 2022 yılında FAYSİM-Deprem Eğitim Simülasyonu, EMERSİM/ MINE VR Madencilik Simülasyonu, FIREVR-Yangın Söndürme Eğitimi ve TAOSİM: Sınır Güvenliği Harp Oyunu Simülasyonu ile farklı alanlarda ciddi oyunlar geliştirmektedir.

Türk Silahlı Kuvvetleri'nin yazılım alanındaki ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulmuş HAVELSAN, ciddi oyun sektörüne girmeye hazırlanıyor. HAVELSAN her yıl Türkiye'de düzenlenen Uluslararası Savunma Sanayii Fuarı'nda (IDEF) 2023 yılında Malazgirt oyunu ile sektöre giriş yapmayı planlıyor

Üniversitelerde ciddi oyunla ilgili yapılan akademik çalışmaların yanı sıra yüksek lisans ve doktora düzeyinde yapılan tez çalışmalarına ilgi giderek artmaktadır. Yapılan tez çalışmalarında ön sıralarda sağlık, mühendislik ve eğitim bilimleri alanlarında geliştirilen ciddi oyunlar yer almaktadır. 2022 yılında yayınlanan tez çalışmaları hemşirelik alanında MetaHospital, fizik tedavi ve rehabilitasyon alanında geliştirilen SDM Prototype (Shared Decision Making App) sektöre yenilik katan akademik faaliyetler olarak yer almaktadır.

Türkiye'de geliştirilen özgün fikri mülkiyete sahip oyunları belirleme ve ödüllendirme amacıyla 2012 yılından beri düzenlenen Kristal Pksel Video Oyun Ödülleri, Türkiye oyun sektörüne katkı vermektedir. Bu kapsamda Mart 2022'de, 2021 yılı Kristal Pksel Video Oyun Ödülleri'nde Yılın Oyunu, En İyi Oyun Tasarımı, En İyi Görsel Sanat, En İyi İşitsel Sanat, En İyi Anlatı, En İyi VR Oyun, En İyi Konsol Oyunu, En İyi Mobil Oyun, En İyi Ciddi Oyun ve Jüri Özel ödülü kategorilerinde ödülleri verilmiştir. Ciddi oyun kategorisinde kazanan "White Dodecahedron - Sanal Laboratuvar" olmuştur.



**AFRA ÇALIK**  
TEKNOLOJİ  
OYUNLAŞTIRMA VE  
EĞİTİM DERNEĞİ  
YÖNETİM KURULU  
BAŞKAN YARDIMCISI

**SERIOUS  
GAMES**



# PC OYUNLARI YÜKSELİYOR MU?

## Röportaj

### Singingiant Olarak 2022'nin Kısa Bir Değerlendirmesi

2022 Türkiye oyun sektörü açısından çok enteresan bir yıldır. Oyun sektörüne giderek artan yatırımlar, daha çok geliştirme merkezinin açılması ve var olan teknoparkların daha da genişlemesi, devlet teşviklerinin ara vermeden devam etmesi gibi konular sektörün aldığı ivmeyi güçlendirdi. Fakat tüm dünyada resesyonun görülmesiyle beraber yatırımlarda bir azalma başladı. Bir yandan da mobil oyun üretiminde taşların oturmaya başlaması ve altına hücum devrinin olgunlaşmasını izledik. Maalesef burada kapanan firmalar oldu. Fakat ayağını yere daha sağlam basan firmalar ve PC alanındaki üretimlerin de artmasıyla beraber işlerin değişeceğine dair sinyaller arttı. Döviz getirisi olan sektör bu özelliği sayesinde ülkemizdeki enflasyonist ekonomik yapıya karşı daha direnç gösterebildi. Lakin bir yandan da bir çok giderin yine döviz bazında olduğunu unutmamalıyım. Son olarak insan kaynakları konusundaki açık hala devam etmekte. Bu da firmaları ister istemez uluslararası kaynaklara yöneltmekte.

Singingiant'ın 2022-2023 yılbaşı itibarıyla bir yaşına girdiği 2022, açıkçası bizim için çok önemliydi. 33 yıldır oyun sektöründen geçimini sağlayan, kazanan bir editör olarak, ortaklarım Oğuz Taştan ve Sonat Samir'le birlikte hayallerimizi gerçekleştirmek için gemimizi tersaneye koyduk. Şarkıcı Dev'imizin ilk şarkılarının alt yapısını yazdık ve onları 2023'e hazırladık. Yüzlerce oyun incelemiş ve dergi tasarlamış bir ekip olarak oyunun mutfağında bulunmak bizi gerçekten de eşsiz bir konuma taşıdı. İş yönetimi konusundaki tecrübemizle birleşen bu yeni cephanelik, önümüzdeki yıllarda Singingiant'tan çok mermi çıkaracak. Burada kararlı bir şekilde büyüyen, harika bir ekibe sahip olmamızın da payı büyük.



**BURAK AKMENEK**  
CO-FOUNDER  
SINGINGIANT

**SINGINGIANT**



# PC OYUNLARI YÜKSELİYOR MU?

## Röportaj

### Singingiant Olarak 2023'ten Ne Bekliyoruz?

2023'te Türkiye'den birçok PC oyunu çıkacak. Hatta belki de ülkenin şimdiye kadar en çok PC oyunu ürettiği yıl olacak ve bunların bazılarının dünya çapında ses getirmesini bekliyoruz. Tabii ki bizim çabamız da bu başarılı firmalardan birisi olmak üzerine. 2023'te korku temalı taktik FPS oyunumuz Contain dışında sürpriz bir oyunumuzun daha oyuncularla buluşmasını planlıyoruz. Uzun dönemli planlarımız çerçevesinde ilerlemeye devam edeceğiz.

VR dışında 2023'te AR tarafında daha fazla hareket göreceğiz. Bunu da donanımdaki gelişmelerden takip edebiliyoruz. Donanımın kullanıcı tecrübesini büyük oranda etkilediği bu sanal gerçeklik dünyası çok enteresan bir alan. Geçmiş yıllardaki yaşananlardan sonra nasıl bir dönüş olacak merakla takip ediyoruz.

Açıkçası blockchain alt yapısıyla geliştirilen kripto para birimi temelli oyunları piyasada daha çok göreceğimiz bir yıl olacağı için 2023'ü merakla bekliyordum. Bu tip oyunların oyun dünyasına kısa ve uzun vadeli etkilerini hep beraber analiz edeceğiz. Metaverse konusunda ise daha belirsizlikler aşılmamış durumda.

Yeni yıl ülkemizde ve dünyada finansal açıdan kolay bir yıl olmayacak. Ülkemizde beklenen seçimle beraber hayatımızda nasıl değişiklikler olacak bunu da yine hep beraber yaşayarak göreceğiz. Tek dileğimiz sağlık, huzur, mutluluk ve başarı.



**BURAK AKMENEK**  
CO-FOUNDER  
SINGINGIANT

**SINGINGIANT**





**2021**



**2022**

**Türkiye Oyun  
Sektörü 2021**

**&**

**Türkiye Oyun  
Sektörü 2022**

**Karşılaştırması!**





# NÜFUS

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

• 2021 Türkiye Nüfusu: **84.680.273**

• **%22,4** 0 - 14 Yaş

• **%67,9** 15 - 64 Yaş

• **%9,7** 64 Yaş ve Üzeri



• 2022 Türkiye Nüfusu: **85.279.553**

• **%22** 0 - 14 Yaş

• **%68.1** 15 - 64 Yaş

• **%9.9** 64 Yaş ve Üzeri

**2021**

**2022**



# İNTERNET KULLANICILARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

- İnternet Kullanıcıları:  
**66.055.000+**



- İnternet Kullanıcıları:  
**72.000.000+**

- 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**

- Nüfusun **%85'i**  
internete bağlı

\* 16-74 yaş grubundaki bireyler

\* Evden internete erişim imkanı %94,1

\* Cinsiyete göre İnternet kullanım oranı  
Erkek %89,1 - Kadın %80,9

**2022**



# SOSYAL MEDYA KULLANICILARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## • 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**

## • Aktif Sosyal Medya Kullanıcıları: 69.000.000+

- 16-64 yaş arası internet kullanıcılarının her gün sosyal medyada geçirdikleri ortalama süre **2 Saat 47 Dakika**
- Facebook: 54 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Youtube: 60 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Instagram: 64 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Tiktok: 34 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Twitter: 48.3 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Snapchat: 25.5 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Twitch TV: Aylık 5.7 Milyon Tekil İzleyici(+/-)
- Discord: 14 Milyon Tekil Kullanıcı (+/-)

**2022**



# MOBİL KULLANICILAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

- 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

**59.500.000 (+ / -)**

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

**2021**

- Mobil Kullanıcılar: **90.778.328+**
- **%107,2** Mobil / Nüfus
- **%75 -80** Akıllı Telefon / Mobil

- Akıllı Telefon Kullanıcıları:

Cihazı ve SIM kartı 4.5G hizmetine uygun olan abone sayısı

**64.300.420 (+ / -)**

- 4.5G Abone Sayısı: 84 Milyon
- 3G Abone Sayısı: 4.4 Milyon
- Diğer: 2G ve M2M

**2022**



# OYUNCULAR

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

• 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: **44.000.000+**

• Toplam Oyuncu Hasılatı:

**625.000.000 USD (+ / -)**

- Mobil: 275.000.000 USD (+ / -)

- PC: 175.000.000 USD (+ / -)

- Konsol: 175.000.000 USD (+ / -)

1 Dolar = 16,58 TL

# 2022



# OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## Oyuncuların Platformlara Göre Dağılımları (Tahmini)

• **MOBİL:** 40 Milyon Oyuncu



• **MOBİL:** 42 Milyon Oyuncu

• **PC:** 24 Milyon Oyuncu



• **PC:** 24 - 25 Milyon Oyuncu

• **KONSOL:** 20 Milyon Oyuncu



• **KONSOL:** 15 Milyon Oyuncu (+ / -)

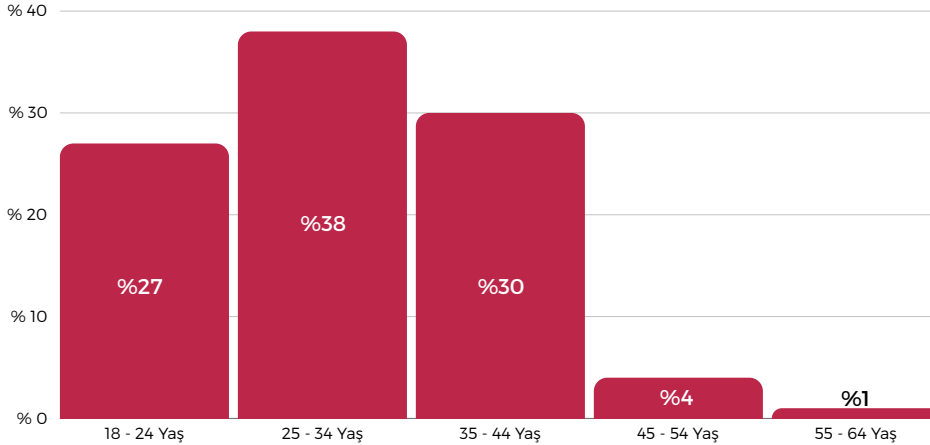
**2021**

**2022**



# YAŞA GÖRE OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Yaşa Göre Oyuncular 2021

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

Yaşa Göre Oyuncular 2022

<b>18 - 24 yaş</b>	<b>%27</b>
<b>25 - 34 yaş</b>	<b>%38</b>
<b>35 - 44 yaş</b>	<b>%30</b>
<b>45 - 54 yaş</b>	<b>%4</b>
<b>55 - 64 yaş</b>	<b>%1</b>

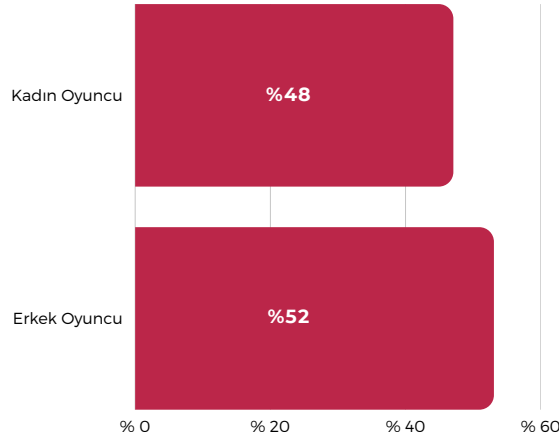
# 2022





# CİNSİYETE GÖRE OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

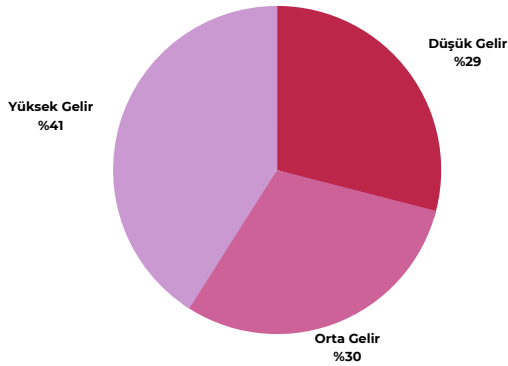


**2022**

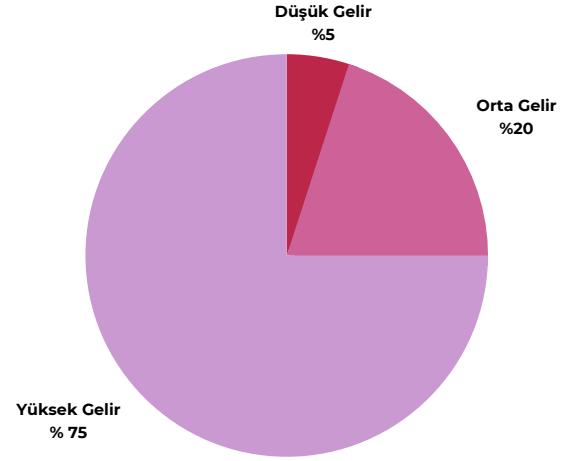


# GELİRE GÖRE OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**2021**



**2022**



# TOP 15 MOBİL OYUN - ÜCRETSİZ KATEGORİ İNDİRME

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



<b>1</b>	Subway Surfers	Miniclip	9.500.000 + / -
<b>2</b>	101 Yüzbir Okey Plus	Take-Two Interactive	8.000.000 + / -
<b>3</b>	PUBG Mobile	Tencent	7.000.000 + / -
<b>4</b>	Roblox	Roblox Corporation	6.000.000 + / -
<b>5</b>	Words of Wonders: Crossword	Fugo	5.000.000 + / -
<b>6</b>	Race Master 3D - Car Racing	SayGames	5.000.000 + / -
<b>7</b>	Candy Crush Saga	Activision Blizzard	5.000.000 + / -
<b>8</b>	Going Balls	SUPERSONIC STUDIOS	5.000.000 + / -
<b>9</b>	FIFA Soccer	Electronic Arts	4.500.000 + / -
<b>10</b>	Snake.io - Fun Snake .io Games	Kooapps	4.500.000 + / -
<b>11</b>	Stumble Guys	Kitka Games	4.500.000 + / -
<b>12</b>	Bridge Race	SUPERSONIC STUDIOS	4.000.000 + / -
<b>13</b>	Soccer Super Star	Real Freestyle Soccer	4.000.000 + / -
<b>14</b>	Magic Tiles 3	Amanotes	4.000.000 + / -
<b>15</b>	Brawl Stars	Supercell	4.000.000 + / -



# TOP 15 MOBİL OYUN - ÜCRETSİZ KATEGORİ GELİR

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



<b>1</b>	PUBG Mobile	Tencent	13.000.000 USD + / -
<b>2</b>	101 Yüzbir Okey Plus	Take-Two Interactive	10.500.000 USD + / -
<b>3</b>	Garena Free Fire	Garena Games Online	5.000.000 USD + / -
<b>4</b>	Mobile Legends: Bang Bang	Moonton	5.000.000 USD + / -
<b>5</b>	Candy Crush Saga	Activision Blizzard	5.000.000 USD + / -
<b>6</b>	Roblox	Roblox Corporation	4.500.000 USD + / -
<b>7</b>	Clash of Clans	Supercell	4.000.000 USD + / -
<b>8</b>	Lords Mobile: Kingdom Wars	IGG	3.500.000 USD + / -
<b>9</b>	Evony: The King's Return	TOP GAMES	3.500.000 USD + / -
<b>10</b>	Pokémon GO	Niantic	3.000.000 USD + / -
<b>11</b>	Jackpot Magic Slots™ & Casino	Pixel United	3.000.000 USD + / -
<b>12</b>	Rise of Kingdoms	Lilith	3.000.000 USD + / -
<b>13</b>	Fun 101 Okey®	Fast Game	2.750.000 USD + / -
<b>14</b>	State of Survival: Zombie War	FunPlus	2.750.000 USD + / -
<b>15</b>	Zynga Poker™ - Texas Hold'em	Take-Two Interactive	2.750.000 USD + / -



# TOP 15 MOBİL OYUN - ÜCRETLİ KATEGORİ İNDİRME

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



<b>1</b>	Minecraft	Microsoft Corporation	60.000 +
<b>2</b>	Earn to Die Lite	Not Doppler	35.000 +
<b>3</b>	Grand Theft Auto: Vice City	Take-Two Interactive	20.000 +
<b>4</b>	RFS - Real Flight Simulator	RORTOS SRL	20.000 +
<b>5</b>	Hitman Sniper	SQUARE ENIX	20.000 +
<b>6</b>	Grand Theft Auto: San Andreas	Take-Two Interactive	20.000 +
<b>7</b>	Construction Simulator 2014	astragon Software	15.000 +
<b>8</b>	Earn to Die 2	Not Doppler	10.000 +
<b>9</b>	Plague Inc.	Ndemic Creations	10.000 +
<b>10</b>	Real Drift Car Racing Lite	Real Games srls	10.000 +
<b>11</b>	Shadow Knights: Ninja Game RPG	Fansipan	10.000 +
<b>12</b>	Geometry Dash Lite	RobTop Games AB	10.000 +
<b>13</b>	Vector: Parkour Run	Nekki Games	10.000 +
<b>14</b>	Age of History II	Łukasz Jakowski	7.500 +
<b>15</b>	Football Manager 2022 Mobile	SEGA CORPORATION	7.500 +



# TOP 15 MOBİL OYUN - ÜCRETLİ KATEGORİ GELİR

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



<b>1</b>	Minecraft	Microsoft Corporation	550.000 USD +
<b>2</b>	Football Manager 2022 Mobile	SEGA CORPORATION	100.000 USD +
<b>3</b>	Football Manager 2023 Mobile	SEGA CORPORATION	75.000 USD +
<b>4</b>	Grand Theft Auto: San Andreas	Take-Two Interactive	60.000 USD +
<b>5</b>	Grand Theft Auto: Vice City	Take-Two Interactive	50.000 USD +
<b>6</b>	Farming Simulator 20	GIANTS Software	50.000 USD +
<b>7</b>	Space Shooter: Galaxy Attack	ONESOFT GLOBAL	45.000 USD +
<b>8</b>	RFS - Real Flight Simulator	RORTOS SRL	30.000 USD +
<b>9</b>	Construction Simulator 3 Lite	astragon Software	20.000 USD +
<b>10</b>	Poppy Playtime Chapter 1	MOB Games Studio	20.000 USD +
<b>11</b>	Shadow of Death: Dark Knight	Bravestars Games	16.000 USD +
<b>12</b>	Farming Simulator 18	GIANTS Software	16.000 USD +
<b>13</b>	Human: Fall Flat	505 Games	16.000 USD +
<b>14</b>	Stardew Valley	ConcernedApe	16.000 USD +
<b>15</b>	Dead Cells	Neko Entertainment	15.000 USD +



# 2022'NİN EN POPÜLER TÜRK YAPIMI MOBİL OYUNLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

Yatırım ve/veya satın alım öncesi Türk Yapımı Oyunlar da Listeye Dahil Edilmiştir. / Aktif Kullanıcı Sayısına Göre

- 101 Okey Plus - Peak Games / Zynga
- Words Of Wonders - Fugo
- Kafa Topu 2 - Masomo / Miniclip
- Bus Simulator - Zuuks Games
- Çanak Okey - Zynga / Take Two Interactive
- Okey by Peak Games - Zynga / Take Two Interactive
- Okey - Ahoy Games
- MentalUP - MentalUP
- Truck Simulator : Ultimate - Zuuks Games
- Royal Match - Dream Games
- Kelimelik - He2 Apps
- Traffic Rider - Soner Kara
- Paper Fold - Good Job Games
- TRT Bil Bakalım - Turkish Radio and Television Corporation
- Hair Challenge - Rollic / Take Two Interactive
- Words of Wonders: Guru - Fugo



# TÜRKİYE'DE EN ÇOK İNDİRİLEN MOBİL UYGULAMALAR

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



<b>1</b>	Instagram	Meta Platforms	16.000.000 + / -
<b>2</b>	Trendyol	trendyol.com	15.000.000 + / -
<b>3</b>	WhatsApp Messenger	Meta Platforms	15.000.000 + / -
<b>4</b>	TikTok	Bytedance	15.000.000 + / -
<b>5</b>	Kwai	Kwai	14.000.000 + / -
<b>6</b>	e-Devlet Kapısı	T.C. Ulaştırma Bakanlığı	14.000.000 + / -
<b>7</b>	Hepsiburada	D-MARKET	11.000.000 + / -
<b>8</b>	CapCut - Video Editor	Bytedance	11.000.000 + / -
<b>9</b>	Snapchat	Snap	10.000.000 + / -
<b>10</b>	getir	Getir	10.000.000 + / -
<b>11</b>	Telegram	Telegram	9.000.000 + / -
<b>12</b>	Ziraat Mobil	Fintek AS	8.500.000 + / -
<b>13</b>	Yemeksepeti	Delivery Hero Holding	8.500.000 + / -
<b>14</b>	Facebook	Meta Platforms	8.500.000 + / -
<b>15</b>	LC Waikiki	LC Waikiki	8.000.000 + / -





# TÜRKİYE'DE EN ÇOK HARCAMA YAPILAN MOBİL UYGULAMALAR

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



<b>1</b>	TikTok	Bytedance	15.000.000 USD +
<b>2</b>	Azar	Hyperconnect	10.000.000 USD +
<b>3</b>	tango	TangoMe	7.000.000 USD +
<b>4</b>	LivU	CLASH ARTS HK	6.000.000 USD +
<b>5</b>	Tinder	Match Group	6.000.000 USD +
<b>6</b>	YouTube	Google	5.000.000 USD +
<b>7</b>	Connected2.me	C2M	4.000.000 USD +
<b>8</b>	Bigo Live	YY Inc.	4.000.000 USD +
<b>9</b>	Disney+	Disney	3.500.000 USD +
<b>10</b>	FaceApp	FaceApp Technology	3.000.000 USD +
<b>11</b>	Tumile	Tumile Team	3.000.000 USD +
<b>12</b>	17LIVE	17 MEDIA (H.K.)	2.000.000 USD +
<b>13</b>	Google One	Google	2.000.000 USD +
<b>14</b>	beIN CONNECT	DIGITURK	2.000.000 USD +
<b>15</b>	Bumble	Bumble Holding	1.500.000 USD +



# 2022'DE EN ÇOK TERCİH EDİLEN PC OYUNLARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

- Among Us
- ARK: Survival Evolved
- Apex Legends
- Black Desert Online
- Bloons TD 6
- Brawlhalla
- Call of Duty: Black Ops 4
- CP2077
- CS:GO
- Dark Souls III
- DayZ
- Dead by Daylight
- Don't Starve Together
- Dota 2
- Dying Light
- Elden Ring
- Euro Truck Simulator 2
- FIFA 2022
- Fortnite
- Football Manager 2022
- Garry's Mod
- Geometry Dash
- GTA V
- Hades
- Hollow Knight
- League of Legends
- Left 4 Dead 2
- Lost Ark
- Metin2
- Minecraft
- Monster Hunter: World
- Mount & Blade II: Bannerlord
- Mount & Blade: Warband
- New World
- PAYDAY 2
- Phasmophobia
- Portal 2
- PUBG: BATTLEGROUNDS
- Raft
- Red Dead Redemption 2
- Roblox
- Rocket League
- Rust
- Sea of Thieves
- Stardew Valley
- Team Fortress 2
- Terraria
- The Binding of Isaac: Rebirth
- The Forest
- The Witcher 3: Wild Hunt
- Tom Clancy's Rainbow Six Siege
- Valheim
- VALORANT
- World Of Warcraft





# 2022'DE EN ÇOK TERCİH EDİLEN PC OYUN TÜRLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Shooter - FPS



Strateji



Adventure



Sandbox



Battle Royale



Yarış



Role-Playing



Platform



Spor



Arcade





# 2022'DE EN ÇOK TERCİH EDİLEN KONSOL OYUNLARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

- A Plague Tale: Requiem
- Animal Crossing: New Horizons
- Apex Legends
- Babylon's Fall
- Battlefield 2042
- Call of Duty Modern Warfare II
- Call of Duty: Black Ops Cold War
- Call of Duty: Vanguard
- Dying Light 2 Stay Human
- eFootball 2022
- Elden Ring
- F1® 2021
- F1® 2022
- Fall Guys
- FIFA 22
- FIFA 23
- Fortnite
- Forza Horizon 5
- Genshin Impact
- Ghostwire: Tokyo
- Goat Simulator 3
- God of War Ragnarök
- Gotham Knights
- Gran Turismo 7
- Grand Theft Auto V
- Horizon Forbidden West
- Just Dance 2023
- Little Devil Inside
- Minecraft
- Mortal Kombat 11
- NBA 2K22
- NBA 2K23
- Need for Speed™ Heat
- OlliOlli World
- Pokemon Sword & Shield
- PUBG: BATTLEGROUNDS
- Roblox
- Rocket League
- Salt and Sacrifice
- Sea of Thieves
- Sifu
- Stranger of Paradise Final Fantasy Origin
- Stray
- Suicide Squad: Kill the Justice League
- Tiny Tina's Wonderlands
- Tom Clancy's Rainbow Six Extraction
- Tom Clancy's Rainbow Six Siege
- UNCHARTED: Legacy of Thieves Koleksiyonu





# DÜNYA GELİR SIRALAMASINDA TÜRKİYE

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

- Dünya Sıralaması - Total

18

- Dünya Sıralaması - Mobil

18

**2021**



- Dünya Sıralaması - Total

30 +/-

- Dünya Sıralaması - Mobil

30 +/-

**2022**



# TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

- 11 Bit Studios
- 2K Games
- Ahoy Games
- Amanotes
- AppQuantum
- AppQuiz
- ArenaNet
- Arkane Studios
- AxesInMotion
- Ayasis
- Azur Interactive Games
- Bandai Namco
- Beach Bum
- Bethesda
- Bigpoint Games
- Bioware
- Blizzard/Activision
- Boke
- Candivore
- Capcom
- CD Projekt Red
- Chess.com
- ConcernedApe
- Crazy Labs
- Critical Force
- Crytek
- Daily Innovation
- Deep Silver
- Devolver Digital
- DICE
- Dream Games
- EA Games
- Easybrain
- Epic Games
- Epic Story Interactive
- Etermax
- Facepunch Studios
- Fingersoft
- Firaxis Games
- First Touch
- Fishlabs
- ForgeGames
- FromSoftware
- Fugo
- FunPlus
- Gamebasics Studio
- Gameforge
- Gameloft
- Garena
- Gartic
- Good Job Games
- Gram Games
- Grinding Gear Games
- Guerilla Games
- Habby
- Halfbrick
- He2 Apps
- Hinterland Games
- Homa
- IGG
- Ilyon Dynamics
- Imangi
- Innersloth
- InnoGames
- Ketchapp
- King
- Kingsgroup Games - FunPlus
- Klei Entertainment
- Kojima Productions
- Kolibri Games
- Konima
- KRAFTON
- Larian Studios
- Lilith Games
- Lion Studios
- Lokum Games
- Loop Games
- Lowtech Studios
- Lunime
- Marul Games
- Masomo
- Matchingham Games
- Mattel 163
- Mechanist
- Mediatonic
- Mediocre
- miHoYo
- Miniclip
- MNO GO APPS
- Mojang Studios
- Moon Studios
- Moonton
- Mynet
- Naughty Dog
- Ndemc Creations
- Nekki
- Netease
- Netmarble
- NEXON
- Nfinity Games



# TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

- Niantic
- Nintendo
- Nordeus
- Not Doppler
- Olzhass
- Onemt
- OneSoft
- Outfit7
- Panoramik Games
- Paradox Interactive
- Peak Games
- Pearl Abyss
- Playgendary
- PopCap
- Psyonix
- Riot Games
- Roblox Cooperation
- Rockstar
- Rollic Games
- Rovio Entertainment
- SCS Software
- SEGA
- SkGames
- Smilegate
- smSoft
- SNG ICT
- Social Point
- Sony Interactive
- Sports Interactive
- Spyke Games
- Square Enix
- StarUnion
- Studio Wildcard
- Supercell
- Supergiant Games
- Supersonic
- Sybo
- TaleWorlds Entertainment
- TapBlaze
- TapNation
- Techland
- Tencent
- tinyBuild
- Tiramisu Studios
- Topwar Studio
- Ubisoft
- Unico Studio
- Valve
- Vertigo Games
- Voodoo
- Wargaming
- Warner Bros. Interactive
- Wildlife Studios
- Xbox Game Studios
- Yalla Game
- Zakeh
- Zego Studio
- Zenlife Games
- Zuuks Games
- Zynga





# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Hiç şüphe yok ki 2020 yılında Peak Games'in, 1.8 milyar dolara, Zynga tarafından satın alınması sonrası Türkiye'de oyun stüdyosu sayısı hızla artmaya başladı. Startup Centrum'da yayımlanan rapora göre; Peak'de daha önce çalışmış olan (staj dahil) 80 kişi kendi start-up'ını kurdu. Kurulan toplam 65 start-up'ın 28'ini oyun girişimleri oluşturuyor. Bu anlamda Peak Games'i bir okul olarak düşünmek yanlış olmayacaktır. 2020 yılında başlayan bu dalga, 2021 ve 2022 yıllarında da devam etti.

"Lokal Oyun Firmaları 2022" listesinde 300'den fazla oyun firması bulunuyor. Bu stüdyoların büyük çoğunluğu mobil oyun sektörüne odaklanmış olsa da bilgisayar, konsol, VR gibi farklı platformlara oyun geliştiren firma sayısı da azımsanmayacak seviyede. Üstelik bu alanlara olan ilgi de gün geçtikçe artıyor.

Listedeki oyun firmalarının bir kısmını ise yatırım alan stüdyolar oluşturuyor. Bunlar arasında Peak Games ve Dream Games gibi unicorn'lar da bulunurken; Madcraft Studios, Gnarly Game Studio, Loop Games gibi milyon dolar yatırım alan farklı firmalar da var.

BİR UZMANIN  
ÇÖZÜNDEN  
LOKAL OYUN FİRMALARI



SENEM AKSAKAL  
OYUN TASARIMCISI  
VIDEO OYUN QA TEST UZMANI  
TOPLULUK YÖNETİCİSİ





# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Son iki yıldır en çok yatırım alan sektörlerin başında gelen oyun sektörü hem gençlerin hem de yatırımcıların ilgi odağı olmuş durumda. Startup Watch tarafından yayımlanan "Gaming Snapshot for Turkey v1.5" raporuna göre 2020 yılında tam 126 adet oyun start-up'ı kuruldu. Bunu, 2021 ve 2022 yıllarında sırasıyla 121 adet ve 63 adet oyun start-up'ı takip etti. Toplam kurulan 737 oyun start-up'ının 131'i maalesef kapandı.

Pandemi ile beraber gelen oyun sektöründeki ivmelenme dalgası, artık etkisini kaybetmeye başladı. İlk kez raporlarda düşüş görüyoruz. Türkiye'de kurulan oyun start-up'ı sayısı, 2021'e oranla geçtiğimiz sene yüzde 48 azalmış durumda. Dünya çapında oyun sektörü verilerine baktığımızda da benzer sonuçlar görüyoruz. Bu nedenle, oyun stüdyosu kurmak isteyen girişimcilerin tedbirli olmasında fayda var. "Bu sektörde çok para var, birkaç prototip oluşturup yatırım alırız" gibi bir düşünceden uzak durulması gerekiyor. Uzun soluklu ve sürdürülebilir bir oyun stüdyosu sahibi olabilmek için yenilikçi fikirlere ihtiyaç var. Aynı zamanda, yetenekli ve uyumlu bir ekiple yola çıkmak da son derece önem arz ediyor.

BİR UZMANIN  
GÖZÜNDEN  
LOKAL OYUN FİRMALARI



SENEM AKSAKAL  
OYUN TASARIMCISI  
VIDEO OYUN QA TEST UZMANI  
TOPLULUK YÖNETİCİSİ



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



"Lokal Oyun Firmaları 2022" listesinden de görüleceği üzere, ülkemizde mobil oyun geliştiren ekiplerin büyük bir çoğunluğu Hyper-Casual veya Hybrid-Casual türünde oyunlar geliştiriyor. Son derece dinamik olan oyun sektöründe trendlerin de hızla değişmesi sonucu aynı ekiplerin, Casual veya Blockchain Games gibi farklı alanlara yöneldiğine şahit oluyoruz. Önümüzdeki yıllarda da Blockchain Games ve XR gibi farklı oyun mecraları trend olmaya devam edecek. Yeni kurulacak oyun stüdyoları için de trendleri takip etmek faydalı olacaktır.

Geçtiğimiz senelerde mobil oyun sektöründe başarısını kanıtlayan Türkiye için, diğer oyun mecralarında ve özellikle indie oyun alanında da kendini gösterme zamanının geldiğini görüyoruz. Kendi oyun stüdyosunu kurmak ve hayallerindeki oyunu yapmak isteyen girişimciler için pek çok girişimcilik programı hayata geçirildi. Bunlar Hızlandırma Merkezi, Kuluçka Merkezi, Ön Kuluçka Merkezi gibi farklı modellerde ülkenin dört bir yanında bulunmakta. Bu merkezler, girişimciliği öğrenmek ve sektöre giriş anlamında son derece fayda sağlıyor. Aynı zamanda, bu alana ilginin artması ile birlikte lisans ve yüksek lisans programlarının sayısı da artarak sektöre kalifiye eleman yetiştirilmesine katkı sağlamakta.

Tüm bunlar bir araya geldiğinde 2023 yılında da; yerli oyun stüdyoların sayısının arttığına, kaliteli oyunların çıktığına ve Türk oyun sektörünün yeni unicorn'lar yarattığına hep beraber şahit olacağız.

**BİR UZMANIN  
ÇÖZÜNDEN  
LOKAL OYUN FİRMALARI**



**SENEM AKSAKAL**  
OYUN TASARIMCISI  
VIDEO OYUN QA TEST UZMANI  
TOPLULUK YÖNETİCİSİ



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
208 Studios	<a href="http://208studios.org/">http://208studios.org/</a>	208studios@gmail.com
2Medya Game Studio	<a href="http://2medya.com/">http://2medya.com/</a>	info@2medya.com
Abrakadabra Games	<a href="https://abrakadabra.com.tr/">https://abrakadabra.com.tr/</a>	info@abrakadabra.com.tr
Ace Games	<a href="https://ace.games/">https://ace.games/</a>	info@ace.games
Aden Games	<a href="https://www.adengames.com/">https://www.adengames.com/</a>	info@adengames.com
Agave Games	<a href="http://www.agave.games/">http://www.agave.games/</a>	contact@agave.games
Alfish Games	<a href="http://www.alfgames.com/">http://www.alfgames.com/</a>	studio@alfgames.com
Alictus	<a href="http://www.alictus.com">www.alictus.com</a>	hello@alictus.com
AlkameGames	<a href="http://www.alkamegames.com/">http://www.alkamegames.com/</a>	hialkame@alkamegames.com
Alper Games	<a href="http://www.alpergames.com">www.alpergames.com</a>	info@alpergames.com
Alsa Games	<a href="http://www.alsa.games/">http://www.alsa.games/</a>	-
Anemo Games	<a href="https://anemogames.com/">https://anemogames.com/</a>	info@anemogames.com
Anisoft Games	<a href="https://www.anisoftgames.com/">https://www.anisoftgames.com/</a>	contact@anisoftgames.com
Any Games	<a href="https://www.anygames.io/">https://www.anygames.io/</a>	hello@anygames.io
Appgamedo	<a href="http://www.appgamedo.com/">http://www.appgamedo.com/</a>	info@appgamedo.com
Apphic Games	<a href="http://www.apphicgames.com">www.apphicgames.com</a>	info@apphicgames.com
ArcadeMonk	<a href="http://www.arcademonk.com">www.arcademonk.com</a>	businessdevelopment@arcademonk.com
Arctec Games	<a href="https://arctec.games/">https://arctec.games/</a>	info@arctec.games
Arkhe Games	<a href="https://arkhegames.com/">https://arkhegames.com/</a>	contact@arkhegames.com
Arsh Game Studio	<a href="http://www.arshgames.com">www.arshgames.com</a>	info@arshgames.com
Artuex Games	<a href="https://www.artuexgames.com/">https://www.artuexgames.com/</a>	-
Arvis Games	<a href="https://arvisgames.com/v2/">https://arvisgames.com/v2/</a>	info@arvisgames.com



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
Aryas Games	<a href="http://www.aryasgames.com">www.aryasgames.com</a>	<a href="mailto:soneraltincit@aryasgames.com">soneraltincit@aryasgames.com</a>
Aslan Game Studio	<a href="https://aslangamestudio.com/">https://aslangamestudio.com/</a>	<a href="mailto:ahmet@aslangamestudio.com">ahmet@aslangamestudio.com</a>
Atolye Games	<a href="http://www.atolye.games/">http://www.atolye.games/</a>	
Atom Games	<a href="https://www.atom.gs/">https://www.atom.gs/</a>	<a href="mailto:info@atomgames.net">info@atomgames.net</a>
Awkay Technologies	<a href="https://www.awkaytech.io/">https://www.awkaytech.io/</a>	<a href="mailto:admin@awkaytech.io">admin@awkaytech.io</a>
Axell Studio	<a href="http://www.axellstudio.com">www.axellstudio.com</a>	<a href="mailto:info@axellstudio.com">info@axellstudio.com</a>
Aylak Games	<a href="https://aylak.com/">https://aylak.com/</a>	<a href="mailto:contact@aylak.com">contact@aylak.com</a>
Babil Studios	<a href="http://www.babilstudios.com">www.babilstudios.com</a>	<a href="mailto:info@babilstudios.com">info@babilstudios.com</a>
Backpack Games	<a href="https://www.backpack.games/">https://www.backpack.games/</a>	<a href="mailto:info@backpack.games">info@backpack.games</a>
BadLabGames	<a href="https://www.badlabgames.com/">https://www.badlabgames.com/</a>	<a href="mailto:ulgergokturk@gmail.com">ulgergokturk@gmail.com</a>
Bakodun Game Studios	<a href="https://www.bakodungamestudios.com/">https://www.bakodungamestudios.com/</a>	<a href="mailto:what@bakodungamestudios.com">what@bakodungamestudios.com</a>
Banba Games	<a href="https://banba.games/">https://banba.games/</a>	<a href="mailto:info@banba.games">info@banba.games</a>
Batpad	<a href="https://www.batpad.co/">https://www.batpad.co/</a>	
Bermuda Games	<a href="https://bermuda.gs/">https://bermuda.gs/</a>	<a href="mailto:info@bermuda.gs">info@bermuda.gs</a>
Berzah Games A.Ş.	<a href="http://www.berzahgames.com">www.berzahgames.com</a>	<a href="mailto:info@berzahgames.com">info@berzahgames.com</a>
Big Mobile Games	<a href="https://www.bigmobilegames.com/">https://www.bigmobilegames.com/</a>	<a href="mailto:contact@bigmobilegames.com">contact@bigmobilegames.com</a>
Bigger Games	<a href="https://biggergames.com/">https://biggergames.com/</a>	<a href="mailto:info@biggergames.com">info@biggergames.com</a>
BigPogo Games	<a href="https://www.bigpogogames.com/">https://www.bigpogogames.com/</a>	<a href="mailto:info@bigpogogames.com">info@bigpogogames.com</a>
Black Coco	<a href="http://www.blackcoco.net">www.blackcoco.net</a>	<a href="mailto:contact@blackcoco.net">contact@blackcoco.net</a>
Blackburne Games Yazılım A.Ş.	<a href="https://exnaturathegame.com/">https://exnaturathegame.com/</a>	<a href="mailto:contact@blackburne.games">contact@blackburne.games</a>
Blay Games	<a href="https://www.blaygames.com/">https://www.blaygames.com/</a>	<a href="mailto:info@blaygames.com">info@blaygames.com</a>
Blended Games	<a href="https://blendedgames.com/">https://blendedgames.com/</a>	<a href="mailto:ilke@blendedgames.com">ilke@blendedgames.com</a>



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
Boom Games	<a href="https://boomgamestudio.com/">https://boomgamestudio.com/</a>	hello@boomgamestudio.com
BoomHits	<a href="https://boomhits.com/">https://boomhits.com/</a>	support@boomhits.com
Brew Games	<a href="https://www.brew-games.com/">https://www.brew-games.com/</a>	info@brew-games.com
Bucked Games	<a href="https://buckedgames.com/">https://buckedgames.com/</a>	playground@buckedgames.com
BugFix Games	<a href="https://www.bugfix.games/">https://www.bugfix.games/</a>	<a href="https://www.bugfix.games/#contact">https://www.bugfix.games/#contact</a>
Burger Games	<a href="https://www.burgergames.net/">https://www.burgergames.net/</a>	hello@burgergames.net
Bycodec Games	<a href="https://www.bycodecgames.com/">https://www.bycodecgames.com/</a>	contact@bycodecgames.com
ByRock Games & Studio	<a href="https://byrockgames.com/">https://byrockgames.com/</a>	info@byrockgames.com
Bytetyper	<a href="http://bytetyper.com/">http://bytetyper.com/</a>	<a href="https://bytetyper.com/">https://bytetyper.com/</a>
Cata Game Studios	<a href="https://www.catagamestudios.com/">https://www.catagamestudios.com/</a>	catagamestudios@gmail.com
Catchy Games	<a href="https://catchy.games/">https://catchy.games/</a>	info@catchy.games
Catpath Studios	<a href="http://www.cataeon.com">www.cataeon.com</a>	hello@cataeon.com
Cat Soul Studios	<a href="https://www.catsoulstudios.com">https://www.catsoulstudios.com</a>	info@catsoulstudios.com
Champy Games	<a href="https://champygames.com/">https://champygames.com/</a>	info@champygames.com
Chipmunk Games	<a href="https://chipmunk.games/">https://chipmunk.games/</a>	k.furkancaybasi@gmail.com
Ciconia Games	<a href="http://www.ciconiagames.com/">http://www.ciconiagames.com/</a>	info@ciconiagames.com
Clap Games	<a href="https://clapgames.app/">https://clapgames.app/</a>	info@clapgames.app
Click Game Studio	<a href="https://clickgamestudio.com/">https://clickgamestudio.com/</a>	info@clickgamestudio.com
Clock Wizard Games	<a href="https://www.clockwizardgames.com/">https://www.clockwizardgames.com/</a>	
Clown Games	<a href="http://www.clown.gs">www.clown.gs</a>	hello@alictus.com
Coconut Game	<a href="http://www.coconutgame.com/">http://www.coconutgame.com/</a>	coconut@coconutgame.com
Codeway Studios	<a href="https://www.codeway.co/">https://www.codeway.co/</a>	hello@codeway.co



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
Consala Games	<a href="http://www.consala.com/">http://www.consala.com/</a>	<a href="mailto:info@consala.com">info@consala.com</a>
Cool Pigz	<a href="https://coolpigz.io/">https://coolpigz.io/</a>	<a href="https://coolpigz.io/">https://coolpigz.io/</a>
CORE Studios	<a href="https://www.core-attacks.com/">https://www.core-attacks.com/</a>	<a href="mailto:attack@core-attacks.com">attack@core-attacks.com</a>
Crania Games	<a href="http://www.cranlagames.com">www.cranlagames.com</a>	<a href="mailto:support@cranlagames.com">support@cranlagames.com</a>
Cratoonz	<a href="https://cratoonz.com/">https://cratoonz.com/</a>	<a href="mailto:info@cratoonz.com">info@cratoonz.com</a>
Crealode Games	<a href="http://www.crealodegames.com">www.crealodegames.com</a>	<a href="mailto:contact@crealodegames.com">contact@crealodegames.com</a>
Creasaur Entertainment	<a href="http://www.creasaur.net">www.creasaur.net</a>	<a href="mailto:info@creasaur.net">info@creasaur.net</a>
Crescive Games	<a href="http://www.crescivegames.com">www.crescivegames.com</a>	<a href="mailto:hello@crescivegames.com">hello@crescivegames.com</a>
Crew Game Studio	<a href="http://www.crewgamestudio.com/">http://www.crewgamestudio.com/</a>	<a href="mailto:info@crewgamestudio.com">info@crewgamestudio.com</a>
Crystal Shark Games	<a href="https://crystalsharkgames.com/">https://crystalsharkgames.com/</a>	<a href="mailto:info@crystalsharkgames.com">info@crystalsharkgames.com</a>
Cultic Games	<a href="http://cultic.games/">http://cultic.games/</a>	<a href="mailto:culticgames@gmail.com">culticgames@gmail.com</a>
Curse Game Studio	<a href="http://cursestudios.com/">http://cursestudios.com/</a>	<a href="mailto:cursegamestudios@gmail.com">cursegamestudios@gmail.com</a>
Cypher Games	<a href="https://www.cyphergames.com/">https://www.cyphergames.com/</a>	<a href="mailto:info@cyphergames.com">info@cyphergames.com</a>
DaBomb Games	<a href="https://www.dabomb.games/">https://www.dabomb.games/</a>	<a href="mailto:info@dabomb.games">info@dabomb.games</a>
Dalak Games	<a href="http://dalakgames.com/">http://dalakgames.com/</a>	<a href="mailto:egemen@dalakgames.com">egemen@dalakgames.com</a>
Dark Zone Game Studio	<a href="https://darkzone.com.tr/">https://darkzone.com.tr/</a>	<a href="https://darkzone.com.tr/">https://darkzone.com.tr/</a>
Daxe Games	<a href="https://www.daxe.games/">https://www.daxe.games/</a>	<a href="mailto:start@daxe.games">start@daxe.games</a>
Digimind Market	<a href="https://digimindmarket.com/">https://digimindmarket.com/</a>	<a href="mailto:info@digimindmarket.com">info@digimindmarket.com</a>
Digitoy Games	<a href="https://digitoy.games/">https://digitoy.games/</a>	<a href="mailto:support@digitoygames.com">support@digitoygames.com</a>
DoDo Game	<a href="https://dodogame.co/">https://dodogame.co/</a>	<a href="mailto:info@dodogame.co">info@dodogame.co</a>
Dorudon Games	<a href="https://www.dorudongames.com/">https://www.dorudongames.com/</a>	<a href="mailto:dorudongames@gmail.com">dorudongames@gmail.com</a>
Dream Games	<a href="http://www.dreamgames.com">www.dreamgames.com</a>	<a href="mailto:info@dreamgames.com">info@dreamgames.com</a>



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
Dream Harvesters	<a href="https://dreamharvesters.com/">https://dreamharvesters.com/</a>	<a href="mailto:contact@dreamharvesters.com">contact@dreamharvesters.com</a>
Droll Studio	<a href="http://www.drollstudio.com/">http://www.drollstudio.com/</a>	
Duuby Games	<a href="https://www.duubygames.com/">https://www.duubygames.com/</a>	<a href="mailto:duubygames@gmail.com">duubygames@gmail.com</a>
Easy Clap Games	<a href="https://easyclapgames.com/">https://easyclapgames.com/</a>	<a href="mailto:info@easyclapgames.com">info@easyclapgames.com</a>
EFNSOFT	<a href="https://www.efnsoft.com/">https://www.efnsoft.com/</a>	<a href="mailto:info@efnsoft.com">info@efnsoft.com</a>
EKSOT Studios	<a href="https://www.eksotstudios.com/tr/">https://www.eksotstudios.com/tr/</a>	<a href="https://www.eksotstudios.com/tr/iletisim">https://www.eksotstudios.com/tr/iletisim</a>
Ela Game Studio	<a href="http://www.elagamestudio.com">http://www.elagamestudio.com</a>	<a href="mailto:info@elagamestudio.com">info@elagamestudio.com</a>
Elite Game Studio	<a href="http://www.ingamegroup.com">www.ingamegroup.com</a>	<a href="mailto:contact@ingamegroup.com">contact@ingamegroup.com</a>
Endless Games	<a href="http://endlessgamesstudio.com/">http://endlessgamesstudio.com/</a>	<a href="mailto:info@endlessgames.com">info@endlessgames.com</a>
enny Games	<a href="https://ennygames.com/">https://ennygames.com/</a>	<a href="https://ennygames.com/contact">https://ennygames.com/contact</a>
Enrich Games	<a href="http://www.enrichgames.com">www.enrichgames.com</a>	<a href="mailto:hi@enrichgames.com">hi@enrichgames.com</a>
Erik Games	<a href="http://www.erikgames.com">www.erikgames.com</a>	<a href="mailto:info@erikgames.com">info@erikgames.com</a>
F13 Entertainment	<a href="https://f13entertainment.com/about/">https://f13entertainment.com/about/</a>	<a href="mailto:info@f13entertainment.com">info@f13entertainment.com</a>
Fabrika Games	<a href="http://www.fabrikagames.com">www.fabrikagames.com</a>	<a href="mailto:contact@fabrikagames.com">contact@fabrikagames.com</a>
FE Games	<a href="http://www.fegames.co/">http://www.fegames.co/</a>	<a href="mailto:info@fegames.co">info@fegames.co</a>
Fernville	<a href="https://www.fernville.com/">https://www.fernville.com/</a>	<a href="mailto:info@fernville.com">info@fernville.com</a>
Fiber Games	<a href="http://www.fibergames.com.tr">www.fibergames.com.tr</a>	<a href="mailto:info@fibergames.com.tr">info@fibergames.com.tr</a>
Firebyte Games	<a href="https://firebyte.ro/home/">https://firebyte.ro/home/</a>	<a href="mailto:support@firebyte-games.com">support@firebyte-games.com</a>
Flaky Games	<a href="https://flakygames.com/">https://flakygames.com/</a>	<a href="mailto:flakygamesofficial@gmail.com">flakygamesofficial@gmail.com</a>
Flamingo Game Studio	<a href="https://flamingo.gs/">https://flamingo.gs/</a>	<a href="mailto:info@flamingo.gs">info@flamingo.gs</a>
Fluffy Games	<a href="https://thefluffygames.com/">https://thefluffygames.com/</a>	<a href="mailto:fluffygamestr@gmail.com">fluffygamestr@gmail.com</a>
FMC Game Studio	<a href="http://www.fmcgamestudio.com/">http://www.fmcgamestudio.com/</a>	<a href="mailto:info@fmcgamestudio.com">info@fmcgamestudio.com</a>



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSİTE	KONTAK
Fomo Games	<a href="https://fomo.gs/">https://fomo.gs/</a>	hello@fomo.gs
Forge Games	<a href="https://forgegames.co">https://forgegames.co</a>	info@forgegames.co
Fortune Mine Games	<a href="https://fortunemine.com/">https://fortunemine.com/</a>	contact@fortunemine.com
FoxPider Games	<a href="https://www.foxpidergames.com/">https://www.foxpidergames.com/</a>	foxpidergames@gmail.com
Frostline Games	<a href="https://frostline.games/">https://frostline.games/</a>	info@frostlinegames.com
Frothy Games	<a href="https://frothygames.com/">https://frothygames.com/</a>	info@frothygames.com
Frutgames	<a href="https://frut.games/">https://frut.games/</a>	-
Fubu Games	<a href="http://fubugames.com/">http://fubugames.com/</a>	tahatepedelen@fubugames.com
Fugo Games	<a href="http://www.fugo.com.tr">www.fugo.com.tr</a>	info@fugo.com.tr
Funika Games	<a href="http://www.funikagames.com">www.funikagames.com</a>	info@funikagames.com
Funmoth Games	<a href="http://www.funmoth.com">www.funmoth.com</a>	info@funmoth.com
Funpac (Mynet)	<a href="http://www.funpac.com">www.funpac.com</a>	hr@funpac.com
Funrika	<a href="https://www.funrika.com/">https://www.funrika.com/</a>	info@funrika.com
Funverse Games	<a href="https://www.funversegames.com/">https://www.funversegames.com/</a>	hr@funversegames.com
Furtle Game	<a href="http://furtlegame.com/">http://furtlegame.com/</a>	<a href="http://furtlegame.com/#contact">http://furtlegame.com/#contact</a>
Gabble Studios	<a href="http://www.gabblestudios.com/">http://www.gabblestudios.com/</a>	info@gabblestudios.com
Gambol Games	<a href="https://www.gambolgames.com/">https://www.gambolgames.com/</a>	<a href="https://www.gambolgames.com/contact">https://www.gambolgames.com/contact</a>
Gamebit Studio	<a href="http://www.studiogamebit.com">www.studiogamebit.com</a>	contact@studiogamebit.com
Gamegos	<a href="https://www.gamegos.com/">https://www.gamegos.com/</a>	info@gamegos.com
GameGuru	<a href="http://www.gameguru.net">www.gameguru.net</a>	hello@gameguru.net
GameHub	<a href="http://www.gamehub.gs">www.gamehub.gs</a>	info@gamehub.gs
GamesMrkt	<a href="https://www.gamesmrkt.com/">https://www.gamesmrkt.com/</a>	sf1@gamesmrkt.com





# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
Gamester	<a href="http://www.gamester.com.tr">www.gamester.com.tr</a>	<a href="mailto:info@gamester.com.tr">info@gamester.com.tr</a>
Gametator	<a href="https://www.gametator.com/">https://www.gametator.com/</a>	<a href="mailto:letgamebegin@gametator.com">letgamebegin@gametator.com</a>
Gamikro	<a href="http://www.gamikro.com">www.gamikro.com</a>	<a href="mailto:info@gamikro.com">info@gamikro.com</a>
Gamina Technology	<a href="https://gaminatetechnology.com/">https://gaminatetechnology.com/</a>	<a href="mailto:info@gaminatetechnology.com">info@gaminatetechnology.com</a>
Gaminics	<a href="https://www.gaminics.com/">https://www.gaminics.com/</a>	<a href="https://www.gaminics.com/contact/">https://www.gaminics.com/contact/</a>
Ganover Teknoloji ve Bilişim	<a href="https://www.ganover.com/">https://www.ganover.com/</a>	<a href="mailto:hello@ganover.com">hello@ganover.com</a>
Gany Games	<a href="https://ganygames.com/">https://ganygames.com/</a>	<a href="mailto:social@ganygames.com">social@ganygames.com</a>
Garawell Games	<a href="https://www.garawell.com/">https://www.garawell.com/</a>	<a href="mailto:info@garawell.com">info@garawell.com</a>
Gigantic Games	<a href="https://gigantic.gs/">https://gigantic.gs/</a>	<a href="https://gigantic.gs/">https://gigantic.gs/</a>
Ging Games	<a href="https://ging.games/">https://ging.games/</a>	<a href="mailto:info@ging.games">info@ging.games</a>
Gleam Games	<a href="https://www.gleamgames.com/">https://www.gleamgames.com/</a>	<a href="mailto:info@gleamgames.com">info@gleamgames.com</a>
Gnarly Game Studio	<a href="http://www.gnarlygamestudio.com">www.gnarlygamestudio.com</a>	<a href="mailto:info@gnarlygamestudio.com">info@gnarlygamestudio.com</a>
Good Job Games	<a href="http://www.goodjobgames.com">www.goodjobgames.com</a>	<a href="mailto:contact@goodjobgames.com">contact@goodjobgames.com</a>
Gorgonize Games	<a href="https://www.gorgonizegames.com/">https://www.gorgonizegames.com/</a>	<a href="mailto:gorgonizegames@gmail.com">gorgonizegames@gmail.com</a>
Gorilla Softworks	<a href="http://gorillasoftworks.com/">http://gorillasoftworks.com/</a>	<a href="mailto:info@gorillasoftworks.com">info@gorillasoftworks.com</a>
Gram Games	<a href="http://www.gram.gs">www.gram.gs</a>	<a href="mailto:other@gram.gs">other@gram.gs</a>
Gramofon Games	<a href="https://www.gramofon.games/">https://www.gramofon.games/</a>	<a href="mailto:hello@gramofon.games">hello@gramofon.games</a>
Gulliver's Games	<a href="https://gullivers.games/">https://gullivers.games/</a>	<a href="mailto:gullivers.games/">gullivers.games/</a>
Günay Studio	<a href="http://www.gunaystudio.com/tr/">www.gunaystudio.com/tr/</a>	<a href="mailto:info@gunaystudio.com">info@gunaystudio.com</a>
Cybe Games	<a href="https://gybegames.com/">https://gybegames.com/</a>	<a href="mailto:info@gybegames.com">info@gybegames.com</a>
Gyroscoping Games	<a href="https://gyroscopinggames.com/">https://gyroscopinggames.com/</a>	<a href="mailto:info@gyroscopinggames.com">info@gyroscopinggames.com</a>
Hadi Games	<a href="https://www.hadi.gs/">https://www.hadi.gs/</a>	<a href="mailto:info@hadi.gs">info@hadi.gs</a>



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
Hamlet Games	<a href="https://hamletgamestudio.com/">https://hamletgamestudio.com/</a>	info@hamletgamestudio.com
Hammurabi Games	<a href="http://www.hammurabigames.com">www.hammurabigames.com</a>	hammadurabi.games@gmail.com
Happy Game Company	<a href="https://www.happygamecompany.com/">https://www.happygamecompany.com/</a>	hi@happygamecompany.com
Harmonia Games	<a href="https://www.harmoniagames.com/">https://www.harmoniagames.com/</a>	hello@harmoniagames.com
He2 Apps	<a href="http://www.he2apps.com">www.he2apps.com</a>	iletisim@he2apps.com
Heisen Games	<a href="http://www.heisengames.net">www.heisengames.net</a>	heisengames@gmail.com
Hero Concept	<a href="https://heroconcept.com/">https://heroconcept.com/</a>	<a href="https://heroconcept.com/contact/">https://heroconcept.com/contact/</a>
Hero Games	<a href="https://www.herogamestudio.com/">https://www.herogamestudio.com/</a>	hello@herogamestudio.com
HES Games	<a href="http://www.hesgames.com">www.hesgames.com</a>	info@hesgames.com
Hey Games	<a href="http://www.hey.gs/tr/">www.hey.gs/tr/</a>	info@hey.gs
Hifive Games	<a href="http://hifive.games/">http://hifive.games/</a>	<a href="http://hifive.games/">http://hifive.games/</a>
HOGO Games	<a href="http://www.hogogames.com/">http://www.hogogames.com/</a>	-
Hoody Studios	<a href="https://www.hoodystudios.com">https://www.hoodystudios.com</a>	contact@hoodystudios.com
Horda Games	<a href="https://www.horda.games/">https://www.horda.games/</a>	info@horda.games
Houch Game Studios	-	-
HOUF Games	<a href="https://houf.games/">https://houf.games/</a>	info@houf.games
Humbara Game Studio	<a href="https://www.humbaragames.com/">https://www.humbaragames.com/</a>	humbaragames@gmail.com
Hungri Games	<a href="https://www.hungrigames.co.uk/">https://www.hungrigames.co.uk/</a>	info@hungrigames.com
Hypebive Games	<a href="https://www.hypebive.com/">https://www.hypebive.com/</a>	jobs@hypebive.com
HyperFlow Games	<a href="http://www.hyperflowgames.com">www.hyperflowgames.com</a>	info@hyperflowgames.com
Hyperlab	<a href="https://www.hyperlab.games/">https://www.hyperlab.games/</a>	hello@hyperlab.games
HyperMonk	<a href="https://www.hypermonkgames.com/">https://www.hypermonkgames.com/</a>	info@hypermonkgames.com



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
Hypernova Technology & Gaming	<a href="https://www.hypernova-tech.com/">https://www.hypernova-tech.com/</a>	info@hypernova-tech.com
Imaginite Studios	<a href="http://www.imaginitesoft.com">www.imaginitesoft.com</a>	info@imaginitesoft.com
Indie-dir Games	<a href="http://www.indiedir.com">www.indiedir.com</a>	info@indiedir.com
IRONHEAD Games	<a href="https://ironheadvr.com/">https://ironheadvr.com/</a>	art@ironheadgamestudios.com
Joinco Games	<a href="https://www.joincogames.com/">https://www.joincogames.com/</a>	-
Joker Game	<a href="http://jokergame.net/">http://jokergame.net/</a>	<a href="http://jokergame.net/support-center">http://jokergame.net/support-center</a>
Jollify Games	<a href="https://jollifygames.com/">https://jollifygames.com/</a>	info@jollifygames.com
Joygame Oyun ve Teknoloji A.Ş.	<a href="http://www.joygame.com/">http://www.joygame.com/</a>	hr@joygame.com
KA Games	<a href="https://kagames.net/">https://kagames.net/</a>	info@kagames.net
Karga Games	<a href="https://www.kargagames.com">https://www.kargagames.com</a>	info@kargagames.com
KasApp Games	<a href="https://kasappgames.com/">https://kasappgames.com/</a>	kasappgames@outlook.com
Kiki Games	<a href="https://www.kikigames.fun/">https://www.kikigames.fun/</a>	nkirikoglu@hotmail.com
Kirpi Games	<a href="https://www.kirpigames.com/">https://www.kirpigames.com/</a>	info@kirpigames.com
Kleinstejn Games	<a href="https://kleinstejn.games/">https://kleinstejn.games/</a>	info@kleinstejn.games
Koala Game Studio	<a href="https://www.koalagamestudio.com/">https://www.koalagamestudio.com/</a>	info@koalagamestudio.com
Kodobur	<a href="http://www.kodobur.com/tr">www.kodobur.com/tr</a>	info@kodobur.com
Konrul Game	<a href="http://www.konrul.com/">http://www.konrul.com/</a>	info@konrul.com
Kontra Games	<a href="https://www.kontra.games/">https://www.kontra.games/</a>	hey@kontra.games
Kraker Studio	<a href="http://www.krakerstudio.com">www.krakerstudio.com</a>	hello@krakerstudio.com
L8 Studios	<a href="https://l8studios.com/">https://l8studios.com/</a>	info@l8studios.com
Labor Bilisim	<a href="https://laborbilisim.com/">https://laborbilisim.com/</a>	info@laborbilisim.com
Lacivert Digital Services	<a href="http://www.lacivert.org">www.lacivert.org</a>	sari@lacivert.org



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSİTE	KONTAK
Lagot Games	<a href="https://www.lagotgames.com/">https://www.lagotgames.com/</a>	contact@lagotgames.com
Laps Games		
Learthes Studios	<a href="https://learthesstudios.com/">https://learthesstudios.com/</a>	info@learthesstudios.com
Lebleby Games	<a href="https://www.lebleby.com/">https://www.lebleby.com/</a>	<a href="https://www.lebleby.com/contact/">https://www.lebleby.com/contact/</a>
Lerp Games	<a href="https://lerpgames.com/">https://lerpgames.com/</a>	contact@lerpgames.com
Lethe Studios	<a href="https://lethestudios.net/">https://lethestudios.net/</a>	info@lethestudios.net
Leyla	<a href="https://leyla.gs/">https://leyla.gs/</a>	info@leyla.gs
Libra Softworks	<a href="http://www.librasoftworks.com">www.librasoftworks.com</a>	librasoftworks@gmail.com
Lokum Games	<a href="http://www.lokumgames.com">www.lokumgames.com</a>	contact@lokumgames.com
Longhorn Games	<a href="https://longhorn.games/">https://longhorn.games/</a>	hello@longhorn.games
Loop Games	<a href="https://loopgames.net/">https://loopgames.net/</a>	support@loopgames.net
Looser Games	<a href="http://loosergames.club/">http://loosergames.club/</a>	loosergamestudios@gmail.com
Lost Panda Games	<a href="https://lostpandagames.com/">https://lostpandagames.com/</a>	info@lostpandagames.com
Lumier Games	<a href="https://www.lumiergames.com/">https://www.lumiergames.com/</a>	<a href="https://www.lumiergames.com/">https://www.lumiergames.com/</a>
Lumos Games	<a href="https://lumos.games/">https://lumos.games/</a>	hi@lumos.games
M8 Games	<a href="https://m8games.co/">https://m8games.co/</a>	info@m8games.co
Machina Games	<a href="http://machinagames.xyz/">http://machinagames.xyz/</a>	info@machinagames.xyz
MadByte Games	<a href="http://www.madbytegames.com">www.madbytegames.com</a>	contact@madbytegames.com
Madcraft Studios	<a href="http://www.madcraftstudios.com">www.madcraftstudios.com</a>	madcraftstudios.com/
Maestro Game Studio	<a href="https://maestro.gs/">https://maestro.gs/</a>	<a href="https://maestro.gs/">https://maestro.gs/</a>
Mafia Games	<a href="https://mafia-games.com/">https://mafia-games.com/</a>	info@mafia-games.com
MagicLab Game Technologies	<a href="http://www.maglab.com.tr">www.maglab.com.tr</a>	hello@maglab.com.tr



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
Mai Games	<a href="https://www.mai.games/">https://www.mai.games/</a>	hr@mai.games
Makemake	<a href="https://www.makemake.com.tr/">https://www.makemake.com.tr/</a>	game@makemake.com.tr
Mangorama Studio	<a href="http://www.mangoramastudio.com">www.mangoramastudio.com</a>	contact@mangoramastudio.com
Masomo	<a href="http://www.masomo.com">www.masomo.com</a>	support@masomo.com
Matchingham Games	<a href="https://matchingham.gs/">https://matchingham.gs/</a>	info@matchingham.gs
Mate Studios	<a href="http://matestudio.cc/">http://matestudio.cc/</a>	info@matestudio.cc
Mavis Games	<a href="http://www.mavisgames.com">www.mavisgames.com</a>	saygin@mavisgames.com
Mayadem Teknoloji	<a href="http://www.mayadem.com">www.mayadem.com</a>	iletisim@mayadem.com
Mayaworks	<a href="https://maya.works/">https://maya.works/</a>	iletisim@multiplayer.com.tr
Metaverse Bilgi Teknolojileri A.Ş.	<a href="https://metaversebilgi.com.tr/">https://metaversebilgi.com.tr/</a>	info@metaversebilgi.com.tr
Metaverse Game Studios	<a href="https://angelicthegame.com/">https://angelicthegame.com/</a>	angelicsupport@metaverse.gs
Metavision Studio	<a href="https://metavision.com.tr/">https://metavision.com.tr/</a>	info@metavision.com.tr
Midpoly Games	<a href="https://www.midpolygames.com/">https://www.midpolygames.com/</a>	info@midpolygames.com
Mil Game Studio	<a href="https://milgamestudio.com/">https://milgamestudio.com/</a>	info@milgamestudio.com
MildMania	<a href="http://www.mildmania.com">www.mildmania.com</a>	weare@mildmania.com
Mindlabor	<a href="https://mindlabor.dev/">https://mindlabor.dev/</a>	chisenoa@mindlabor.dev
Miracle Works Game Studio	<a href="https://miracleworks.com.tr/">https://miracleworks.com.tr/</a>	info@miracleworks.com.tr
Mixer Games	<a href="https://www.mixer.games/">https://www.mixer.games/</a>	hello@mixer.games
Mobge	<a href="http://www.mobge.net">www.mobge.net</a>	<a href="https://mobge.net/contact">https://mobge.net/contact</a>
Mobilecraft	<a href="http://www.mobilecraft.net">www.mobilecraft.net</a>	support@mobilecraft.net
Mocca Games	<a href="http://www.moccagames.com/">http://www.moccagames.com/</a>	
Momentum Digital Media Technologies	<a href="http://www.momentum-dmt.com/tr/">www.momentum-dmt.com/tr/</a>	info@momentum-dmt.com



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
Momosh Studios	<a href="https://www.momoshstudios.com/">https://www.momoshstudios.com/</a>	momoshstudios@gmail.com
Mood Games	<a href="https://mood.games/">https://mood.games/</a>	support@mood.games
Moomoo Games	<a href="https://www.moomoo.games/">https://www.moomoo.games/</a>	-
Moon Star Games	<a href="https://www.moonstargames.net/">https://www.moonstargames.net/</a>	burakcakmak@moonstargames.net
Moon Star Games	<a href="https://www.moonstargames.co/">https://www.moonstargames.co/</a>	info@moonstargames.co
MoonStar Games	<a href="http://www.moonstargames.com/">http://www.moonstargames.com/</a>	info@moonstargames.com
Mooxer Games	<a href="https://www.mooxergames.com/">https://www.mooxergames.com/</a>	-
Moralabs	www.moralabs.com	info@moralabs.com
Morii Games	<a href="https://moriigames.com/">https://moriigames.com/</a>	info@moriigames
Morina Games	<a href="http://morinagames.com/?i=2">http://morinagames.com/?i=2</a>	evliyabalik@gmail.com
Morne Games	<a href="https://mornegames.com/">https://mornegames.com/</a>	hello@mornegames.com
Mortys Games	<a href="https://mortys.games/">https://mortys.games/</a>	https://mortys.games/
Mosu Games	<a href="https://www.mosugames.com/">https://www.mosugames.com/</a>	info@mosugames.com
Motion Blur	<a href="https://www.motionblur.com/">https://www.motionblur.com/</a>	info@motionblur.com
Mubu Games	-	-
Mythra Tech	www.mythratech.com	info@mythratech.com
Narcade	www.narcade.com	zip@nar.club
Naturepixel Studios	<a href="https://www.naturepixelstudios.com/">https://www.naturepixelstudios.com/</a>	-
NDC Studio	<a href="http://ndgstudio.com.tr/">http://ndgstudio.com.tr/</a>	<a href="http://ndgstudio.com.tr/#contact">http://ndgstudio.com.tr/#contact</a>
Needle Games	<a href="https://www.needlegames.com/">https://www.needlegames.com/</a>	info@needlegames.com
Negentra	www.negentra.com.tr	info@negentra.com.tr
Neuron Entertainment	-	financial.anayurt@gmail.com



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
NGD Studio	<a href="https://test.ndgstudio.com.tr/">https://test.ndgstudio.com.tr/</a>	-
NiceTry Games	<a href="http://nicetrygames.com/">http://nicetrygames.com/</a>	info@nicetrygames.com
Nirah Games	<a href="https://nirahgames.com/">https://nirahgames.com/</a>	hello@nirahgames.com
Nitrid Game	<a href="http://www.nitrid.com">www.nitrid.com</a>	info@nitrid.com
Nitrogen Games	-	-
no-pact	<a href="http://www.nopact.com">www.nopact.com</a>	info@nopact.com
NoExit Games	<a href="https://www.noexitgames.com/">https://www.noexitgames.com/</a>	info@noexitgames.com
Noho Games	<a href="https://www.noho.games/">https://www.noho.games/</a>	hello@noho.games
Nonsun Games	<a href="https://nonsungames.com/">https://nonsungames.com/</a>	info@nonsungames.com
NoSurrender Game Studio	<a href="https://www.nosurrender.studio/">https://www.nosurrender.studio/</a>	community@nosurrender.studio
Nowhere Studios	<a href="http://www.nowherestudios.com">www.nowherestudios.com</a>	info@nowherestudios.com
Nyctophile Studios	<a href="https://www.nyctophilestudios.com/">https://www.nyctophilestudios.com/</a>	info@nyctophilestudios.com
Od Game Studio	<a href="https://www.odgamestudio.com/">https://www.odgamestudio.com/</a>	info@odgamestudio.com
OGO Play	<a href="https://ogoplay.com/">https://ogoplay.com/</a>	-
Ohengo Studio	<a href="https://ohengostudio.com/">https://ohengostudio.com/</a>	ohengocom@gmail.com
Omnio Games	<a href="https://omniogames.com/">https://omniogames.com/</a>	hi@omnio.gs
On Off Games	<a href="https://onoff.games/">https://onoff.games/</a>	info@onoff.games
Opnomo Studios	<a href="https://opnomo.com">https://opnomo.com</a>	opnomostudio@gmail.com
Optimus Game Studio	<a href="https://optimusgamestudio.com/">https://optimusgamestudio.com/</a>	-
OTTO Games	<a href="https://www.ottogames.studio/">https://www.ottogames.studio/</a>	hi@ottogames.studio
Ottoman Games	<a href="https://www.ottomangames.com/">https://www.ottomangames.com/</a>	info@ottomangames.com
Ottomotto Labs	<a href="https://www.ottomottolabs.com/">https://www.ottomottolabs.com/</a>	info@ottomottolabs.com



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
Overdose Caffeine	<a href="http://www.odcaf.com">www.odcaf.com</a>	<a href="mailto:medic@odcaf.com">medic@odcaf.com</a>
OverKraft	<a href="https://overkraft.com/">https://overkraft.com/</a>	
OXO Games	<a href="https://www.oxogames.net/">https://www.oxogames.net/</a>	<a href="mailto:oxogamestudio@gmail.com">oxogamestudio@gmail.com</a>
Oyun	<a href="https://www.oyun.com/">https://www.oyun.com/</a>	<a href="mailto:info@oyun.com">info@oyun.com</a>
Oyun Stüdyosu	<a href="http://www.oyunstudiosu.com">www.oyunstudiosu.com</a>	<a href="mailto:info@oyunstudiosu.com">info@oyunstudiosu.com</a>
Pan Games	<a href="http://pan.games/">http://pan.games/</a>	<a href="mailto:support@pan.games">support@pan.games</a>
Panda Bear	<a href="https://www.pandabeargames.com/">https://www.pandabeargames.com/</a>	<a href="mailto:bear@panda.istanbul">bear@panda.istanbul</a>
Pango Games	<a href="http://www.pangogames.com/">http://www.pangogames.com/</a>	<a href="mailto:info@pangogames.com">info@pangogames.com</a>
Panteon	<a href="https://www.panteon.games/">https://www.panteon.games/</a>	<a href="mailto:info@panteon.games">info@panteon.games</a>
Parma Games	<a href="https://www.parmagames.com/">https://www.parmagames.com/</a>	<a href="https://www.parmagames.com/contact/">https://www.parmagames.com/contact/</a>
Pasatempos Games	<a href="https://pasatemposgames.business.site/">https://pasatemposgames.business.site/</a>	<a href="https://pasatemposgames.business.site/">https://pasatemposgames.business.site/</a>
Passion Punch Studio	<a href="https://passionpunch.studio/">https://passionpunch.studio/</a>	<a href="mailto:contact@passionpunch.studio">contact@passionpunch.studio</a>
Path Games	<a href="https://www.pathgames.com/">https://www.pathgames.com/</a>	
Pax Animi Games	<a href="http://www.paxanimigames.com/">http://www.paxanimigames.com/</a>	<a href="mailto:info@paxanimigames.com">info@paxanimigames.com</a>
Paxie Games	<a href="https://www.paxiegames.com/">https://www.paxiegames.com/</a>	<a href="mailto:hey@paxiegames.com">hey@paxiegames.com</a>
Peak Games	<a href="http://www.peak.com">www.peak.com</a>	<a href="mailto:contact@peak.com">contact@peak.com</a>
Pera Games	<a href="https://peragames.co/">https://peragames.co/</a>	<a href="https://peragames.co/contact-us">https://peragames.co/contact-us</a>
Pink Games	<a href="https://pinkgames.net/">https://pinkgames.net/</a>	<a href="mailto:contact@pinkgames.net">contact@pinkgames.net</a>
Pinq Games	<a href="https://pinq.games/tr/">https://pinq.games/tr/</a>	<a href="mailto:info@pinq.games">info@pinq.games</a>
Pipoza Games	<a href="https://pipoza-studio.business.site/">https://pipoza-studio.business.site/</a>	<a href="https://pipoza-studio.business.site/">https://pipoza-studio.business.site/</a>
Pirzola Games	<a href="http://www.pirzola.studio/">http://www.pirzola.studio/</a>	<a href="mailto:info@pirzola.studio">info@pirzola.studio</a>
Pixega Studio	<a href="http://www.pixegastudio.com">www.pixegastudio.com</a>	<a href="mailto:info@pixegastudio.com">info@pixegastudio.com</a>





# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSİTE	KONTAK
Pixofun	<a href="http://www.pixofun.com">www.pixofun.com</a>	<a href="mailto:info@pixofun.com">info@pixofun.com</a>
Playable Factory	<a href="http://www.playablefactory.com">www.playablefactory.com</a>	<a href="mailto:hello@playablefactory.com">hello@playablefactory.com</a>
Poison Software Studio	<a href="http://www.poisonsoftwarestudio.com">www.poisonsoftwarestudio.com</a>	<a href="mailto:develop@poisonsoftwarestudio.com">develop@poisonsoftwarestudio.com</a>
Pollux Studios	<a href="https://polluxstudios.com/">https://polluxstudios.com/</a>	<a href="mailto:mak@polluxstudios.com">mak@polluxstudios.com</a>
Pokuch	<a href="https://pokuch.com/contact/">https://pokuch.com/contact/</a>	<a href="mailto:contact@pokuch.com">contact@pokuch.com</a>
POW Games	<a href="https://pow.games/">https://pow.games/</a>	<a href="mailto:hey@pow.games">hey@pow.games</a>
Presto Games	<a href="https://www.prestogames.com/">https://www.prestogames.com/</a>	-
Proud Dinosaurs	<a href="https://prouddinosaurs.com/">https://prouddinosaurs.com/</a>	<a href="https://prouddinosaurs.com/contact">https://prouddinosaurs.com/contact</a>
Pximal Games	<a href="https://pximal.com/">https://pximal.com/</a>	<a href="mailto:contact@pximal.com">contact@pximal.com</a>
Pyro Games	<a href="http://www.pyrogames.io/">http://www.pyrogames.io/</a>	<a href="mailto:hello@pyrogames.io">hello@pyrogames.io</a>
Quok Games	<a href="https://quok.games/">https://quok.games/</a>	<a href="https://quok.games/">https://quok.games/</a>
Radiant Cat Studio	<a href="https://www.radiantcat.studio/">https://www.radiantcat.studio/</a>	<a href="mailto:info@radiantcat.studio">info@radiantcat.studio</a>
Rapture Games	<a href="http://rapture.com.tr/">http://rapture.com.tr/</a>	<a href="mailto:ugurarsen@gmail.com">ugurarsen@gmail.com</a>
Ratic	<a href="https://ratic.io/">https://ratic.io/</a>	<a href="mailto:support@ratic.com">support@ratic.com</a>
RealityArts Studio	<a href="http://www.realityartsstudio.com">www.realityartsstudio.com</a>	<a href="mailto:info@realityartsstudio.com">info@realityartsstudio.com</a>
Recontact Games	<a href="http://www.recontactgame.com">www.recontactgame.com</a>	<a href="mailto:info@recontactgame.com">info@recontactgame.com</a>
Red Chameleon Game Studios	<a href="https://www.rclstudio.io/">https://www.rclstudio.io/</a>	<a href="mailto:hi@rclstudio.io">hi@rclstudio.io</a>
Remoob	<a href="https://remoobgames.com/">https://remoobgames.com/</a>	<a href="mailto:remoob.dev@gmail.com">remoob.dev@gmail.com</a>
Return Game Studio	<a href="http://returngamestudio.com/">http://returngamestudio.com/</a>	<a href="mailto:contact@returngamestudio.com">contact@returngamestudio.com</a>
Revel Games	<a href="http://www.revel.gs/">http://www.revel.gs/</a>	<a href="mailto:info@revel.gs">info@revel.gs</a>
Reves Games	<a href="https://revesgames.com/">https://revesgames.com/</a>	<a href="mailto:hello@revesgames.com">hello@revesgames.com</a>
Ridgge	<a href="https://www.ridgge.com/">https://www.ridgge.com/</a>	<a href="mailto:info@ridgge.com">info@ridgge.com</a>



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
Roar Games Studio	<a href="http://roar.gs/">http://roar.gs/</a>	info@roar.gs
Rocinante Games	<a href="http://www.rocinantegames.com/">http://www.rocinantegames.com/</a>	info@rocinantegames.com
Rockwise Entertainment	<a href="http://www.rockwise.com">www.rockwise.com</a>	info@rockwise.com
Rog Studios	<a href="http://www.rogstudios.com">www.rogstudios.com</a>	contact@rogstudios.com
Roko Game Studios	<a href="https://www.rokosoftware.com/">https://www.rokosoftware.com/</a>	info@rokosoftware.com
Rollic Games	<a href="http://www.rollicgames.com">www.rollicgames.com</a>	info@rollicgames.com
Rooster Games	<a href="http://roostergames.net/">http://roostergames.net/</a>	info@roostergames.net
Root Games	<a href="http://root-games.com/">http://root-games.com/</a>	<a href="http://root-games.com/#contact">http://root-games.com/#contact</a>
Rotatelab	<a href="https://rotatelab.com/">https://rotatelab.com/</a>	info@rotatelab.com
Ruby Game Studio	<a href="http://www.rubygamestudio.com">www.rubygamestudio.com</a>	info@rubygamestudio.com
Ruckcat Games	<a href="https://ruckcat.com/">https://ruckcat.com/</a>	hello@ruckcat.com
Ruff Games	<a href="https://www.ruffgamestudio.com/">https://www.ruffgamestudio.com/</a>	roofgames@lionstudios.cc
Rustle Games	<a href="https://rustlegames.com/">https://rustlegames.com/</a>	info@rustlegames.com
S2SGAME	<a href="https://s2sgame.com/">https://s2sgame.com/</a>	info@s2sgame.com
Sek Games	<a href="https://sekgames.com/">https://sekgames.com/</a>	info@sekgames.com
Seksek Games		seksekgames@gmail.com
Semruk Games	<a href="https://semrukgames.com/">https://semrukgames.com/</a>	<a href="https://semrukgames.com/contact-us/">https://semrukgames.com/contact-us/</a>
Settings Games	<a href="https://settings.games/">https://settings.games/</a>	info@settings.games
Shawty Games	<a href="https://www.shawtygames.com/">https://www.shawtygames.com/</a>	info@shawtygames.com
Sheriff Games	<a href="https://www.sheriffgames.com/">https://www.sheriffgames.com/</a>	info@sheriffgames.com
Sis Games	<a href="https://sis.com.tr/">https://sis.com.tr/</a>	games@sis.com.tr
Simsoft	<a href="http://www.simsoft.com.tr">www.simsoft.com.tr</a>	info@simsoft.com.tr



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
Sincapp Games	<a href="https://www.sincappgames.com/">https://www.sincappgames.com/</a>	sincappstudio@gmail.com
SinginGiant	<a href="http://www.singingiant.com/">http://www.singingiant.com/</a>	info@singingiant.com
Sir Studios	<a href="http://www.sirstudios.com">www.sirstudios.com</a>	support@sirstudios.com
Sisifos Games	<a href="https://www.sisifosgames.com/">https://www.sisifosgames.com/</a>	sisifosgame@gmail.com
Skyloft	<a href="https://www.skyloftstudios.com/">https://www.skyloftstudios.com/</a>	<a href="https://www.skyloftstudios.com/contact/">https://www.skyloftstudios.com/contact/</a>
SNG Studios	<a href="https://www.sngict.com/">https://www.sngict.com/</a>	info@sngict.com
Software Kingdom	<a href="https://www.thesoftwarekingdom.com/">https://www.thesoftwarekingdom.com/</a>	softwarekingdomtr@gmail.com
Soi Games	<a href="https://soigames.com/">https://soigames.com/</a>	contact@soigames.com
Sonicmob Entertainment	<a href="https://sonicmob.co/">https://sonicmob.co/</a>	info@sonicmob.co
Spektra Games	<a href="https://spektra.games/">https://spektra.games/</a>	business@spektra.games
Spyke Games	<a href="https://spykegames.com/">https://spykegames.com/</a>	support@spykegames.com
Stardust Games	<a href="https://stardust.gs/">https://stardust.gs/</a>	info@stardust.gs
Stormling Studios	<a href="https://stormlingstudios.com/">https://stormlingstudios.com/</a>	info@stormlingstudios.com
Studio Billion	<a href="http://www.studiobillion.com/tr">www.studiobillion.com/tr</a>	info@studiobillion.com
Studio Gamebit	<a href="http://www.studiogamebit.com">www.studiogamebit.com</a>	contact@studiogamebit.com
Suji Games	<a href="https://suji.games/">https://suji.games/</a>	info@suji.games.com
SuperMesh Games	<a href="https://supermesh.games/">https://supermesh.games/</a>	info@supermesh.games
Taba Games	<a href="https://tabagames.com/">https://tabagames.com/</a>	contact@tabagames.com
TaleWorlds Entertainment	<a href="http://www.taleworlds.com">www.taleworlds.com</a>	info@taleworlds.com
Talus Studio	<a href="http://www.talusstudio.com/">http://www.talusstudio.com/</a>	info@talusstudio.com
Tayfa Games	<a href="http://tayfagames.com/">http://tayfagames.com/</a>	info@tayfagames.com
Teleporter	<a href="https://teleporter.gg/">https://teleporter.gg/</a>	partnership@teleporter.gg



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSITE	KONTAK
Teos Games	<a href="https://www.teosgamestudio.com/">https://www.teosgamestudio.com/</a>	info@teosgamestudio.com
Tenet Games	<a href="https://www.tenetgames.com/">https://www.tenetgames.com/</a>	murat@tenetgames.com
Teta Games	<a href="http://www.tetagames.com">www.tetagames.com</a>	support@tetagames.com
THE BGR Games	<a href="https://thebgr.com/games/">https://thebgr.com/games/</a>	info@thebgr.com
The SA Game Studio	<a href="https://thesagamestudio.com/">https://thesagamestudio.com/</a>	thesagamestudio@gmail.com
The Pack Studios		
Thorsu Games	<a href="https://www.thorsugames.com/">https://www.thorsugames.com/</a>	hello@thorsugames.com
Tiplay Studio	<a href="http://www.tiplaystudio.com">www.tiplaystudio.com</a>	info@tiplaystudio.com
Tiramisu Studios	<a href="https://www.tiramisu.game/">https://www.tiramisu.game/</a>	info@tiramisu.game
Tool Games	<a href="http://www.toolgamestudio.com/">http://www.toolgamestudio.com/</a>	-
Tosby Games	<a href="https://tosbygames.com/">https://tosbygames.com/</a>	info@tosbygames.com
Traxis Games	<a href="https://traxisgames.wordpress.com/">https://traxisgames.wordpress.com/</a>	traxisgames@gmail.com
Tricksy Games	<a href="https://www.tricksygames.com/">https://www.tricksygames.com/</a>	info@tricksygames.com
Trifles Games	<a href="http://www.triflesgames.com">www.triflesgames.com</a>	info@triflesgames.com
Tunga Games	<a href="https://tungasoft.com/">https://tungasoft.com/</a>	info@tungasoft.com
Twenty Games	<a href="https://twenty.games/">https://twenty.games/</a>	info@twenty.games
Two Page Games	<a href="https://twopagegames.com/">https://twopagegames.com/</a>	-
Udo Games	<a href="http://www.udogames.com">www.udogames.com</a>	info@udogames.com
Umuro Games	<a href="https://umuro.net/">https://umuro.net/</a>	me@umuro.net
Uncosoft Yazılım	<a href="http://www.uncosoft.com">www.uncosoft.com</a>	hello@uncosoft.com
Unpredictable Games	<a href="https://www.unpredictablegames.com/">https://www.unpredictablegames.com/</a>	contact@unpredictablegames.com
Upperpik Games	<a href="http://upperpik.com/">http://upperpik.com/</a>	info@upperpik.com



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSİTE	KONTAK
Vacuum Games	<a href="http://www.vacuumgames.com/">http://www.vacuumgames.com/</a>	info@vacuumgames.com
VantaPlay Games	<a href="https://vanta.games/">https://vanta.games/</a>	hello@vanta.games
Vavraek Technology Inc	<a href="https://vavraek.com/">https://vavraek.com/</a>	iletisim@vavraek.com
Velo Game Studios		
Veloxia	<a href="https://veloxia.co">https://veloxia.co</a>	hey@veloxia.co
Vercial Games	<a href="https://www.vercialgames.com/">https://www.vercialgames.com/</a>	info@vercialgames.com
Vertigo Games	<a href="http://www.vertigogames.co">www.vertigogames.co</a>	info@vertigogames.co
Volly Game	<a href="http://www.vollygame.com/">http://www.vollygame.com/</a>	info@vollygame.com
Volx Games	<a href="http://www.volxgames.com/">http://www.volxgames.com/</a>	hi@volxgames.com
Voxel Studio	<a href="https://www.voxelstudio.co/">https://www.voxelstudio.co/</a>	info@voxelstudio.co
Voyant Games	<a href="https://voyant.games/">https://voyant.games/</a>	info@voyantsmart.com
Waker Games	<a href="https://wakergames.com/">https://wakergames.com/</a>	contact@wakergames.com
Warlock Arts	<a href="https://warlockarts.com/">https://warlockarts.com/</a>	info@warlockarts.com
Weez Beez	<a href="http://www.weezbeez.com">www.weezbeez.com</a>	weezbeezgames@gmail.com
Wendigo Games	<a href="https://wendigo.games/">https://wendigo.games/</a>	hello@wendigo.games
Whoops Games	<a href="https://whoopsgames.com/">https://whoopsgames.com/</a>	info@whoopsgames.com
Wily Pumpkin	<a href="https://wilypumpkin.com/">https://wilypumpkin.com/</a>	info@wilypumpkin.com
WORA Games		
Xenolia	<a href="https://www.xenolia.com/">https://www.xenolia.com/</a>	info@xenolia.com
Yamy Studio	<a href="https://yamystudio.com/">https://yamystudio.com/</a>	info@yamystudio.com
YAMY Studio	<a href="https://yamystudio.com/">https://yamystudio.com/</a>	info@yamystudio.com
Yeapp Game	<a href="https://yeapp.gs/">https://yeapp.gs/</a>	info@yeapp.gs



# TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

FİRMA	WEBSİTE	KONTAK
YILKO Games	<a href="https://www.yilkogames.com/">https://www.yilkogames.com/</a>	info@yilkogames.com
Yin Yang Games	<a href="https://yinyang.games/">https://yinyang.games/</a>	hello@yinyang.games
Yolo Game Studio	<a href="https://www.yologamestudio.com/">https://www.yologamestudio.com/</a>	contact@yologamestudio.com
Yurt Games	<a href="http://www.yurtgames.com/">http://www.yurtgames.com/</a>	-
Zerosum	<a href="https://zerosum.co/">https://zerosum.co/</a>	info@zerosum.co
Zest Games	<a href="http://zestgames.co/">http://zestgames.co/</a>	info@zestgames.co
Zinky Games	<a href="https://www.zinkygames.com/">https://www.zinkygames.com/</a>	info@zinkygames.com
Zonex Entertainment Studios	<a href="https://zonexstudios.com/">https://zonexstudios.com/</a>	-
Zoomzo Games	<a href="https://zoomzo.games/">https://zoomzo.games/</a>	info@zoomzo.games
Zuuks Games	<a href="http://www.zuuks.com">www.zuuks.com</a>	help@zuuks.com

Listenin hazırlanmasında baştan sona bize destek olan **Senem Aksakal**'a çok teşekkür ederiz.





# TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YAYINCILAR / TWITCH TV

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## TWITCH

TR POPÜLER TWITCH YAYINCILARI TOP 20

	TAKİPÇİ	KAZANILAN TAKİPÇİ	ORTALAMA İZLENME SAYISI	MAKSİMUM İZLENME SAYISI	YAYIN ZAMANI (SAAT)	İZLENME ZAMANI (SAAT)
#1 Elraenn	3.7M	1M	26.819	163.915	1014	27.2M
#2 wtcN	2.8M	223K	11.555	114.111	853	9.8M
#3 KendineMuzisyen	2.4M	260K	10.535	30.117	813	8.6M
#4 pqueen	2.1M	348K	5.261	30.934	933	4.9M
#5 Jahrein	1.7M	44K	10.275	29.372	374	3.8M
#6 Mithrain	1.6M	124K	3.872	42.563	1404	5.4M
#7 Elwind	979K	34K	6.153	16.419	328	2M
#8 Levo	768K	133K	4.088	18.678	1553	6.3M
#9 Eray	757K	318K	6.514	30.042	1185	7.7M
#10 RRAENEE	670K	336K	7.843	19.6	611	4.8M



# TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YAYINCILAR / TWITCH TV

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## TWITCH

TR POPÜLER TWITCH YAYINCILARI TOP 20

	TAKİPÇİ	KAZANILAN TAKİPÇİ	ORTALAMA İZLENME SAYISI	MAKSİMUM İZLENME SAYISI	YAYIN ZAMANI (SAAT)	İZLENME ZAMANI (SAAT)
#11 JRKZ	650K	70K	3.752	19.115	1267	4.7M
#12 Hype	597K	124K	9.999	24.905	1048	10.5M
#13 Videoyun	513K	20K	1.234	13.93	1792	2.2M
#14 Ebonivon	338K	237K	2.293	11.506	895	2M
#15 TenekeKafalar_TK	322K	36K	1.269	3.918	1711	2.2M
#16 sizophren	316K	132K	3.486	56.482	805	2.8M
#17 Crystal_LoL	313K	34K	2.07	10.528	2157	4.5M
#18 holyphoenix	292K	58K	2.11	7.429	1821	3.8M
#19 Nympea	211K	113K	1.715	6.501	1228	2.1M
#20 rootthegamer	92K	81K	3.012	25.445	631	1.9M





# TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YOUTUBE KANALLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## YOUTUBE

TR POPÜLER YOUTUBE KANALLARI TOP 20

	ABONE	ORTALAMA İZLENME SAYISI	TOPLAM İZLENME SAYISI	TOPLAM VIDEO SAYISI	EN POPÜLER VİDEOSUNUN İZLENME SAYISI (2022)
#1 netd müzik	23.5M	13.61K	53.19B	21819	233M
#2 BETER BÖCÜK	19.8M	1.01M	10.96B	1702	4.21M
#3 Enes Batur	15.8M	3.9M	9.60B	1986	76.20M
#4 OYUNCAK AVI	15.2M	347.39K	8.23B	618	24.05M
#5 OYUNCAKOYNUYORUM	11.2M	308.13K	10.47B	821	15.38M
#6 atv	10.8M	68.7K	7.21B	23246	16.68M
#7 skgames	10.3M	39.6M	346.56M	7	-
#8 Orkun Işıtmak	10.2M	2.11M	3.21B	1555	11.21M
#9 Deli Mi Ne?	8.34M	2.15M	2.05B	341	8.89M
#10 Czn Burak	8.2M	527.98K	2.74B	284	21.83M



# TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YOUTUBE KANALLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## YOUTUBE

TR POPÜLER YOUTUBE KANALLARI TOP 20

	ABONE	ORTALAMA İZLENME SAYISI	TOPLAM İZLENME SAYISI	TOPLAM VIDEO SAYISI	EN POPÜLER VİDEOSUNUN İZLENME SAYISI (2022)
#11 KanalD	7.94M	10.2K	8.90B	25522	4.97M
#12 Sevimli Dostlar	7.84M	646.81K	7.99B	642	58.81M
#13 Kafalar	7.62M	1.41M	1.97B	473	3.44M
#14 KIDIBLI Türkçe olarak	7.61M	62.85K	4.18B	467	82.38M
#15 Maşa İle Koca Ayı	6.84M	666.97K	4.04B	810	34.62M
#16 Kuruluş Osman	6.74M	244.49K	3.18B	4560	20.62M
#17 Ruhi Çenet Medya	6.62M	5.84M	821.12M	295	21.64M
#18 Çukur	6.57M	88.3K	6.84B	3857	11.48M
#19 Reynmen	6.31M	33.37M	1.62B	46	40.87M
#20 AfacanTV	6.13M	791.9K	4.19B	288	23.93M



# TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER INSTAGRAM FENOMENLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## INSTAGRAM

### TAKİPÇİLER

#1 Tuğkan "Elraenn" Gönültaş	1.99M
#2 Barışcan	1.10M
#3 elanur	1.05M
#4 Pqueen	893K
#5 wtcn	868K
#6 Mezarıcı	809K
#7 Kendine Müzisyen	797K
#8 Tuğay Gök	701K
#9 Mervan	672K
#10 Hz Yasuo	663K



# TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER INSTAGRAM FENOMENLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## INSTAGRAM

### TAKİPÇİLER

#11 Duygu Köseoğlu	631K
#12 Doch	608K
#13 Unlost	597K
#14 Sese gel	572K
#15 Baturay Anar	560K
#16 Miafitz	547K
#17 Emrecan Önal	542K
#18 Ersin Yekin	490K
#19 Egoist Pati	455K
#20 Barış Bra	413K



# AKTİF ÖDEME KURULUŞLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



- Aypara Ödeme Kuruluşu A.Ş. (880)
- BRQ Link Ödeme Hizmetleri A.Ş. (898)
- Ceo Ödeme Kuruluşu A.Ş. (878)
- 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 ve Elektronik Para A.Ş. (883)
- Klön Ödeme Kuruluşu A.Ş. (881)
- Lidio Ödeme Hizmetleri A.Ş. (895)
- MoneyGram Turkey Ödeme Hizmetleri A.Ş. (871)
- Octet Express Ödeme Kuruluşu A.Ş. (874)
- Ödeal Ödeme Kuruluşu A.Ş. (868)
- Ödeal Ödeme Kuruluşu A.Ş. (868)
- Paragram Ödeme Kuruluşu A.Ş. (888)
- Paratika Ödeme Hizmetleri A.Ş. (865)
- Pay Fix Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (882)
- Paybull Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para 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)
- Sundus Ödeme Kuruluşu A.Ş. (844)
- Trend Ödeme Kuruluşu A.Ş. (862)
- Tronapay Ödeme Hizmetleri A.Ş. (887)
- Vezne24 Tahsilat Sistemleri ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (885)
- Western Union Turkey Ödeme Hizmetleri A.Ş. (886)



# AKTİF ELEKTRONİK PARA KURULUŞLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



- A Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (913)
- Ahlatıcı Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (894)
- As Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş. (911)
- Aköde Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (836)
- Belbim 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)
- Dgpara Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş. (893)
- DSM Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (848)
- 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)
- Fzypay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (896)
- 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)
- Moka Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş. (857)
- Moneypay Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (842)
- N Kolay Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş. (852)
- Nomu Pay Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (831)



# AKTİF ELEKTRONİK PARA KURULUŞLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



- Ozan Elektronik Para A.Ş. (839)
- Paladyum Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (834)
- Papara Elektronik Para A.Ş. (829)
- Papel Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (914)
- ParaQR Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (897)
- Parolapara Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (846)
- Payco Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (849)
- Paytr Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş. (863)
- Rubik Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (899)
- SecurIT Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (847)
- Sipay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (838)
- Token Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş. (840)
- Tom Pay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (912)
- TT Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (870)
- TTM Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (843)
- Turk Elektronik Para A.Ş. (827)
- Turkcell Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş. (869)
- UPT Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş. (853)
- Vepara Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (845)
- Vizyon Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (854)
- Vodafone Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş. (835)



## DERNEKLER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

- **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)

2021

2022





# OYUN FUARLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

***Covid-19*** nedeni ile 2021'de fuar organizasyonları ertelenmişti.



- GameX
- GIST (Gaming İstanbul)



**2021**

**2022**

# GAMEX 2023

## Röportaj

### 2023'te GAMEX'e gelecek oyuncuları ne bekliyor? GAMEX'in oyun ekosistemine katkıları ve gelecek planları nelerdir?

Her biri kendi sektörünün lideri güçlü sponsorların katkısı ve yazılı, görsel ve dijital medyanın büyük desteği ile düzenlenen GameX 2022 B2C salonlarında, ziyaretçilerin doyusya eğlendiği Cosplay Yarışmaları, Espor Turnuvaları, Geek Bazaar Alanı, Drone Yarışları, Indie Alanı, Kutu Oyunları, Anime, Manga (Alt kültür) Alanı, Influencer Buluşmaları, Espor Takım Etkinlikleri, Simülator ve VR Alanları yer aldı.

16. kez düzenlenen GameX'e birçok yerli ve uluslararası oyun ve oyun teknolojileri firması geniş katılım yaptı. Her yıl 100 binin üzerinde, her yaşta gence ev sahipliği yapan GameX Uluslararası Dijital Oyun ve Eğlence Fuarı, TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde, toplam 20.000 m2'de düzenlendi.

Espor kulüplerinin ve Türkiye'nin en sevilen influencerlarının hayranlarıyla buluşup, sohbet edip, fotoğraf çektiği alanların yanı sıra GameX 2022'de nefes kesen gösteri maçları da oynandı. Ziyaretçiler 4 gün boyunca düzenlenen onlarca bol ödüllü turnuvaya katılıp, hem kazandılar, hem eğlendiler, hem de konserleri canlı izlediler. Anime karakterlerinin canlandırıldığı Cosplay Yarışması'na, Türkiye'nin dört bir yanından ve yurtdışından katılan cosplayerlar, izleyicilerin ve jürinin önünde büyük ödül için yarıştılar.



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



[Gamex.com.tr](http://Gamex.com.tr)



# GAMEX 2023

## Röportaj

### 2023'te GAMEX'e gelecek oyuncularını ne bekliyor? GAMEX'in oyun ekosistemine katkıları ve gelecek planları nelerdir?

**GameX B2B;** Oyun sektörünün paydaşları, Game Factory partnerliğinde gerçekleşen GameX 2022 B2B salonlarında buluştular. İki salona yayılan ve kontrollü girişi olan GameX B2B bölümünde, sektör profesyonellerine özel networking alanları, toplantı salonları, yerli ve uluslararası konuşmacıların katıldığı konferanslar, sunumlar, paneller ve afterparty gibi çeşitli olanaklar sunuldu.

**GameX 2023,** bu yıl seçim takvimi nedeniyle, pazardaki büyümeyi de göz önüne alarak, yılın son çeyreğinde büyük sürprizlerle, sektör ve ziyaretçileriyle 17. kez buluşmaya hazırlanıyor. Genç, iyi eğitilmiş, teknolojiyi yoğun kullanan, doğru ürünü doğru fiyata satın almak isteyen ziyaretçi profili fuarın en büyük gücünü oluşturuyor. Ülkemiz, 45 milyonu aşkın genç-dinamik oyuncu kitlesi ve beraberinde hızla büyüyen dijital eğlence pazarı ile firmalara eşsiz fırsatlar sunuyor.

Rönesans Fuarçılık, 41 yıl önce kurulmuş, Türkiye'nin ilk fuarçılık şirketlerindedir, 1982 - 2006 yılları arasında düzenlenen Türkiye'nin en önemli Bilgisayar Teknolojileri Fuarı CompeX, son 17 yıldır yerini GameX Uluslararası Dijital Oyun ve Eğlence Fuarları'na bırakmıştır.



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



[Gamex.com.tr](http://Gamex.com.tr)



# GIST 2023

## Röportaj

### 2023'te GIST'e gelen oyuncularını neler bekliyor?

Gaming İstanbul ilk altı yılında dünyanın en büyük on oyun ve espor etkinliği arasında yerini aldı ve korudu. GIST 2023 için hedefimiz, ziyaretçi ve profesyonel sayısını artırarak Gaming İstanbul'u dünyanın en büyük üç oyun ve espor etkinliğinden biri haline getirmek.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi, partner üniversiteler, dernekler ve katılımcı markalarımızla birlikte bu hedefi yakalayacağımızı düşünüyoruz. İstanbul yaklaşık yirmi milyon nüfuslu bir şehir. Nüfusun büyük kısmı genç ve gençler oyunları seviyor. Biz de Gaming İstanbul, Indieway, Vardiya, Upgrade Entertainment ve yayıncılarımızla bu kitlenin katılmak istediği etkinliği düzenliyoruz.

GIST 2023'te daha fazla oyun ve espor göreceğiz. İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin sponsorluğunda başlattığımız, Türkiye'nin ilk halka açık turnuva alanı GIST Lan Party'nin kapasitesini büyütmeyi planlıyoruz. İnternet yayıncıları oyun sektörünün önemli bir parçası olduğu için GIST 2023'teki yeniliklerden biri de yayıncılara ve oyunculara özel bir alan olacak.

Türkiye oyun geliştirme sektörü ciddi bir yükseliş yaşıyor ve yükseliş devam edecek. GIST 2023'te yine dünyanın her yerinden indie ekiplere, ücretsiz alanlar ve kendilerini GIST'in görünürlük gücüyle tanıtmaya imkanı vereceğiz.



**CEVHER ERYÜREK**  
GAMING İSTANBUL  
INDIEWAY  
UPGRADE  
ENTERTAINMENT B.V.  
VARDİYA  
KURUCU ORTAK  
PROJE DİREKTÖRÜ



# GIST 2023

## Röportaj

### GIST'in oyun ekosistemine kattıkları ve gelecek planları nelerdir?

Gaming İstanbul'u ilk yılından beri bir okul olarak gördük. Biz, yöneticilerimiz, ekiplerimiz ve sektör, Gaming İstanbul'dan çok şey öğrendi. Bana kalırsa sektöre ilk ve en önemli katkımız bu know-how'ı kazandırmak ve Türkiye'de global ölçekte, profesyonel bir oyun etkinliği düzenlenebileceğini ve bu etkinliğin kalıcı olabileceğini kanıtlamak oldu. Oyun ve espor sektöründeki hemen herkes, uzun yılların deneyimine dayanarak, bölgede büyük bir oyun ve espor etkinliği yapmanın çok zor olacağını düşünüyordu. Sektörün vizyoner isimlerinin ve markalarının desteğiyle o inancı değiştirdik. Kolay olmadı, ama global ve lokal sektörün Türkiye'ye bakışını değiştirmeyi birlikte başardık. Bugün oyun stüdyoları Türkiye'yi radarlarına alıyor ve bazı oyunlarının lansmanlarını Gaming İstanbul'da yapıyorsa, bu bizim olduğu kadar bizden önce bu sektörde başlayan herkesin başarısıdır.

Gelecek için neler planlıyoruz? Pandemi ve sonrasındaki dönem iki şeyi kanıtladı: İnsanlar sosyalleşmeyi bırakmayacak ve klişe etkinliklerden sıkıldılar. Biz de gelecekte, o günün trendlerine ve genç kitesine uygun değişikliklerle Gaming İstanbul'u zenginleştirip büyüteceğiz. Oyun ve espor kitesini eski moda 'fuar' kavramına ikna etmek bizim işimiz değil, bence mümkün de değil. Biz oyun sektörü profesyonellerinden, esporculardan, internet yayıncılarından ve tüketicilerimizden ne istediklerini öğrenip, gelmek istedikleri oyun ve espor etkinliğini yapmaya devam edeceğiz. Dolayısıyla gelecek için planlarımız var, ama o planları kitlemiz şekillendirecek. Dünyanın hızına uymayı başarabilen bir etkinlik olarak kalmak, bana kalırsa bir etkinlik için en doğru objektif olacaktır.



**CEVHER ERYÜREK**  
GAMING İSTANBUL  
INDIEWAY  
UPGRADE  
ENTERTAINMENT B.V.  
VARDİYA  
KURUCU ORTAK  
PROJE DİREKTÖRÜ





# EĞİTİMLERDE SÜRDÜRÜLEBİLİR SİSTEMLER ŞART

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Haberler her zamanki gibi hem iyi hem de kötü. Gelişmeler ümit veriyor ama birtakım politikaların artık kesinlikle gözden geçirilmesi gerekiyor, yoksa sürdürülebilir sistemler kurmak mümkün olmayacak.

Öncelikle oyun sektörüne olduğu gibi, oyun tasarımı/geliştirme eğitimine de ilgi büyük. Biricik devlet üniversitemiz Muğla Sıtkı Koçman'ı dışarda tutarsak, özel üniversiteler 70-80 kişilik kotalarını tam olarak doldurabiliyorlar (ki Muğla Sıtkı Koçman da öyle). Yani Amerikan rüyası tam gaz devam ediyor. Ama bu kadar öğrenciye kim, nasıl, hangi vizyon ve network ile ders verecek halen soru işaretleri ve ünlemler ile dolu bir sorun. Niyetler iyi olmasına rağmen, sektöre destek olalım, fırsatı yakalayalım, pastadan pay alalım derken umarım bu dönemi çok yara almadan ve özellikle öğrencinin ve öğrenci adayının gözünde çok düşmeden, "bu işin eğitimi böyleyse, ben kendim de öğrenirim, okumaya ne gerek var" önyargısını pekiştirmeden atlatabiliriz. Bu arada evet, bu yaratıcı bir endüstri, aslan-kaplan olup alaylı da girilebilir, zaten bunu tartışmıyoruz; ama büyük resmi görebilmek, usta-çırak sistemiyle işin sanatını ve zanaatını öğrenebilmek, akademik bir perspektiften konseptleri kavrayabilmek ve en önemlisi belki de güvenli bir ortamda üretimden takım çalışmasına kadar ilk deneylerini yapabilmek ve deneyimlerini kazanabilmek için öyle veya böyle bu işin eğitimini alabilmenin çok kritik olduğunu düşünüyorum.

BİR UZMANIN  
GÖZÜNDEN  
EĞİTİM



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



# EĞİTİMLERDE SÜRDÜRÜLEBİLİR SİSTEMLER ŞART

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Sektör çok hızlı ve öyle de olmak durumunda. Bu anlamda sektör, çeşitli özel konular için her işe aldığı kişiyi 1 yıl, hatta 6 ay bile eğitemez; zamanı yok çünkü. Bir de bu eğitimi alanların, yetişen elemanların da biraz daha yüksek bir maaşa başka bir şirkete geçivermesi de işin cabası (bu da ayrı bir mesele, hiç girmiyorum!). Gücü olan şirketler kendi içlerinde birtakım eğitim programları açabiliyor ama sadece kendi üretim bantlarına yönelik (doğal olarak). Özetle Dijital Oyun Tasarımı bölümlerimize talep gittikçe artıyor ama bu programlar gerek yetişmiş öğretim elemanı eksikliği, gerek ücretlendirme ve gerek de vizyon açmazları yüzünden oldukça zorlanıyor.

Gelelim güzel haberlere. Neyse ki üniversitelerin içinde konuşlanan veya üniversiteler ile temas halinde olan kulüpler, topluluklar ve inkübasyon merkezleri eğitime de el atıyor. Kendi ajandalarını takip etseler bile eğitime farklı açılardan destek oluyorlar. Game Circle, Digigame Startup, GamesUP, BUG Lab TEKMER ve DigiAge gibi inkübasyon merkezleri hızlandırma programları ile endüstriye, prodüksiyona ve iş geliştirmeye dair eğitim modülleri tasarlıyor ve uyguluyor. Bunların bazıları (daha uzun soluklu olanları) içerdeki kuluçka veya ön kuluçka ekiplerine yönelik olurken, daha kısa olanları seminer-atölye formatında halka açık olarak düzenlenebiliyor.

BİR UZMANIN  
GÖZÜNDEN  
EĞİTİM



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



# EĞİTİMLERDE SÜRDÜRÜLEBİLİR SİSTEMLER ŞART

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



ÜNOC, İTÜ OTC, Beikoz, İstinyeDOT gibi topluluklar ve kulüpler de başta kendi üyeleri için olmak üzere çeşitli eğitimler veriyor. Game jamler ile bu eğitimleri pekiştiriyor ve böylece doğrudan veya dolaylı olarak dijital oyun tasarımı bölümlerini ve öğrencilerini desteklemiş oluyorlar.

İşte tam bu noktada ilgili bölümlerin ve programların bu enerjiji görüp, sinerji fırsatını yakalaması gerekiyor. Bu yapılar ile organik bir bağ içinde olup, onları sonuna kadar desteklemesi, hatta mümkün olduğu kadar dersleri bu yapılanmalar ve kurgular ile senkron bir şekilde tasarlaması gerektiğini düşünüyorum. Açıkçası başka şansımız yok gibi. Hem endüstriyi hem de toplulukları yakalayıp güncel ve aktif kalmak oldukça mümkün. Ödevimiz belli, akademik egoları ve yönetsel prosedürleri aşarak senkronlanmalıyız.

Bir diğer güzel haber ise sektörümüzü şahlandıran ama bir noktadan sonra yetenek erozyonuna istemeden de olsa neden olan hyper casual trendinin değişimi, casual oyunlara tekrar dönüşümü ve PC oyunlarının yükselişi. Şöyle ki bu alana girmek, eğitimi almak isteyen veya halihazırda eğitimi gören arkadaşlarımız, ağırlıklı olarak büyük oyun projelerinde çalışmak, oyun dünyaları yaratmak, oyunlar üzerinden yepyeni hikayeler anlatmak ve deneyimler sunmak istiyorlar.

BİR UZMANIN  
GÖZÜNDEN  
EĞİTİM



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





# EĞİTİMLERDE SÜRDÜRÜLEBİLİR SİSTEMLER ŞART

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Evet, bunun aynı zamanda bir “iş” olduğunun da farkındalar ama tek dertleri para kazanmak değil, bir yandan “oyun” yapmak. Rüzgarın bu anlamda değişmesini sevindirici buluyorum, aksi halde çarkların arasında kaybolup gidebilir, oyun yapma tutkumuzu kaybedecek bir noktaya gelebilirdik ki bu işin temel mekaniği “tutku”dur. Eğer bunu kaybedersek bırakın yeni markalar çıkartmayı, endüstriden bile kopabiliriz, hem de büyük bir hızla. Geçtiğimiz Gaming İstanbul fuarının ev sahipliği yaptığı Indie Arena’da müthiş oyunlar ile karşılaştık.

Yanılmıyorsam 60 proje vardı, ki onları da yine yanılmıyorsam 120 başvuru içinden seçmiştik. Hatta ilk 10 oyunu seçmekte oldukça zorlandık. Yani artık çok daha uzun süre oynanabilen, çok daha “oyun” olabilen projeler ve çok daha tutkulu ekipler ile karşılaşacağız. Bu anlamda dijital oyun tasarımı bölümlerine çok daha fazla iş düşecek, zira konseptinden pazarlamasına kadar birçok aşamada bilgi ve deneyim için eğitim gerekli, güvenli ortamlarda ilk girişimlerini yapabilmeleri de öyle.

**2023 çok farklı olacak, her anlamda! İyi seneler!**

BİR UZMANIN  
GÖZÜNDEN  
EĞİTİM



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



# OYUN TASARIMI LİSANS VE YÜKSEK LİSANS PROGRAMLARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Üniversite	Tür	Lisans / Yüksek Lisans	Fakülte / Enstitü	Bölüm
Arkın Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Ücretli)
Arkın Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Burslu)
Arkın Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)
Bahçeşehir Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Ücretli)
Bahçeşehir Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Burslu)
Bahçeşehir Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)
Bahçeşehir Üniversitesi	Vakıf	Yüksek Lisans	Eğitim Enstitüsü	Oyun Tasarımı (İngilizce, Tezli)
Bahçeşehir Üniversitesi	Vakıf	Yüksek Lisans	Eğitim Enstitüsü	Oyun Tasarımı (Türkçe, Tezli)
Bahçeşehir Üniversitesi	Vakıf	Yüksek Lisans	Eğitim Enstitüsü	Oyun Geliştirme Teknolojileri (Türkçe, Tezsiz)
Bahçeşehir Üniversitesi	Vakıf	Yüksek Lisans	Eğitim Enstitüsü	Oyun Geliştirme Teknolojileri (İngilizce, Tezsiz)



# OYUN TASARIMI LİSANS VE YÜKSEK LİSANS PROGRAMLARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Üniversite	Tür	Lisans / Yüksek Lisans	Fakülte / Enstitü	Bölüm
Beykent Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
Beykent Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
Beykoz Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
Beykoz Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
Doğu Akdeniz Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Ücretli)
Doğu Akdeniz Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Burslu)
Doğu Akdeniz Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)
Doğuş Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
Doğuş Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
Hacettepe Üniversitesi	Devlet	Yüksek Lisans	Bilişim Enstitüsü	Bilgisayar Animasyonu ve Oyun Teknolojileri (Tezli)



# OYUN TASARIMI LİSANS VE YÜKSEK LİSANS PROGRAMLARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Üniversite	Tür	Lisans / Yüksek Lisans	Fakülte / Enstitü	Bölüm
Hacettepe Üniversitesi	Devlet	Yüksek Lisans	Bilişim Enstitüsü	Bilgisayar Animasyonu ve Oyun Teknolojileri (Tezsiz)
Işık Üniversitesi	Vakıf	Yüksek Lisans	Fen Bilimleri Enstitüsü	Bilgisayarlı Grafik ve Animasyon (Tezli)
Işık Üniversitesi	Vakıf	Yüksek Lisans	Fen Bilimleri Enstitüsü	Bilgisayarlı Grafik ve Animasyon (Tezsiz)
İstanbul Aydın Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
İstanbul Aydın Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
İstanbul Bilgi Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Burslu)
İstanbul Bilgi Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)
İstanbul Bilgi Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Ücretli)
İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ)	Devlet	Yüksek Lisans	Eğitim Enstitüsü	Oyun ve Etkileşim Teknolojileri (Tezli)
İstanbul Topkapı Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık F.	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)



# OYUN TASARIMI LİSANS VE YÜKSEK LİSANS PROGRAMLARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Üniversite	Tür	Lisans / Yüksek Lisans	Fakülte / Enstitü	Bölüm
İstanbul Topkapı Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık F.	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
İstinye Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık F.	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Ücretli)
İstinye Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık F.	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)
İzmir Ekonomi Üniversitesi	Vakıf	Yüksek Lisans	Mühendislik ve Bilgisayar Bilimleri F.	Bilgisayar Oyunları ve Teknolojisi (Tezli)
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Devlet	Lisans	Bodrum Güzel Sanatlar Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (KKTC Uyruklu)
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Devlet	Lisans	Bodrum Güzel Sanatlar Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Devlet	Yüksek Lisans	Fen Bilimleri Enstitüsü	Dijital Oyun Tasarımı ve Teknolojileri (Tezli)
Niğantaşı Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Ücretli)
Niğantaşı Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
Niğantaşı Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ)	Devlet	Yüksek Lisans	Enformatik Enstitüsü	Oyun Teknolojileri (Tezli)



# OYUN GİRİŞİMCİLİK MERKEZLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



İsim	Tür	Konum	Oyun Odaklı
Animasyon Teknolojileri ve Oyun Geliştirme Merkezi (ATOM)	Ön Kuluçka Merkezi	Ankara	Oyun Odaklı
Dokuz Eylül Üniversitesi DEPART BAMBUR	Dijital Oyun Hızlandırma Programları	İzmir	Oyun Odaklı
Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi (BTM)	Kamp, Ön Kuluçka, Kuluçka, Post Kuluçka Programı	İstanbul	
BUG Lab TEKMER	Ön Kuluçka ve Kuluçka Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
CrazyHubs İstanbul	Hızlandırma Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
Digi Game Startup Studio	Hızlandırma Merkezi	İzmir	Oyun Odaklı
Dijital Animasyon ve Oyun Kümelenme Merkezi (DIGIAGE)	Ön Kuluçka ve Kuluçka Merkezi	Kocaeli	Oyun Odaklı
Game Factory Hub	Kuluçka Merkezi	Online	Oyun Odaklı
GameDev	Hızlandırma ve Yatırım Programı	İstanbul	Oyun Odaklı
Gameograph	Hızlandırma Merkezi	Çanakkale	Oyun Odaklı



# OYUN GİRİŞİMCİLİK MERKEZLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



İsim	Tür	Konum	Oyun Odaklı
GamersHub	Akademi, Hızlandırıcı ve Tohum Yatırım	İstanbul	Oyun Odaklı
GamesUnited	Hızlandırma ve Kuluçka Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
Gameventure	Hızlandırma ve Fonlama Merkezi	Online	Oyun Odaklı
Indie Games Accelerator	Hızlandırma Programı	Online	Oyun Odaklı
İstanbul Oyun Girişimciliği Akademisi: 9999in1Space	Hızlandırma Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
İTÜ Çekirdek #GameTech	Ön Kuluçka Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
Küçükçekmece Girişimcilik ve İnovasyon Merkezi	Ön Kuluçka ve Kuluçka Merkezi	İstanbul	
Next Game Startup	Oyun Girişimciliği Yarışması	Online	Oyun Odaklı
oFON	Hızlandırma ve Kuluçka Merkezi	Denizli	Oyun Odaklı
OYGEM Oyun Geliştirme Merkezi	Kuluçka Merkezi	İzmir	Oyun Odaklı



# OYUN GİRİŞİMCİLİK MERKEZLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



İsim	Tür	Konum	Oyun Odaklı
Oyun Geliştirme Merkezi (OGEM)	Kuluçka Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
PikselUp	Hızlandırma Programı	Online	Oyun Odaklı
STARTGATE	Hızlandırma Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
The Game Circle (GC)	Hızlandırma ve Kuluçka Merkezi	Ankara	Oyun Odaklı
Tiplay Çıraklık	Çıraklık Programı	Denizli	Oyun Odaklı
Udo Garage	Hızlandırma Merkezi	Ankara	Oyun Odaklı
YTÜ GamesUp	Hızlandırma ve Kuluçka Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı





# İNÖVATİF VE SÜRDÜRÜLEBİLİR PROJELER ÜRETİN

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Çeçtiğimiz iki yılda Türk oyun sektöründeki ivmelenmeye hepimiz şahit olduk. Bu süre zarfında; sayısız yeni oyun start-up'ı kuruldu, yerli ve yabancı pek çok yatırımcı gözünü bu sektöre çevirdi. İki unicorn doğdu ve global çapta pek çok başarı elde edildi. Tüm bunların sonucu olarak da ülkenin dört bir yanında; girişimcilik merkezleri açılmaya, game jam ve bootcamp'ler düzenlenmeye ve farklı üniversitelerde "Oyun Tasarımı" bölümleri açılmaya başlandı.

Game jam'lerin oyun sektörüne olan faydası yadsınamaz. Öğrenci toplulukları, girişimcilik merkezleri ve üniversiteler gibi farklı yerler tarafından düzenlenen game jam'ler, oyun geliştirme meraklılarını bir araya getiriyor. Çoğunlukla 48 saat süren bir oyun geliştirme maratonu olan game jam'lere sektör deneyimi fark etmeksizin pek çok kişi katılıyor. Bu katılımcılar kendi içlerinde ekipleşerek günün sonunda bir oyun prototipi ortaya çıkarıyorlar. Etkinlik sonrası, iyi sinerji yakalayan bazı ekipler ise oyunlarını daha da geliştirip Steam, Google Play Store ve Apple App Store gibi platformlarda yayınlatabiliyorlar. Bu da indie oyun türünün gelişmesine katkı sağlıyor. Aynı zamanda game jam vb. etkinliklere katılan kişiler, bu sayede hem network'ünü geliştirmiş hem de portfolyosunu güçlendirmiş oluyor. Girişimcilik merkezleri, oyun sektörüne girmek isteyen veya hali hazırda sektörde olup oyun girişimini büyötmeyi hedefleyen kişiler için sayısız fayda sağlamakta. Genel olarak "Girişimcilik Merkezi" olarak adlandırdığımız bu yerler farklı çeşitlere ayrılmaktadır; Hızlandırma Merkezi, Kuluçka Merkezi, Ön Kuluçka Merkezi, Post Kuluçka Merkezi gibi.



**SENEM AKSAKAL**  
OYUN TASARIMCISI  
VİDEO OYUN QA TEST UZMANI  
TOPLULUK YÖNETİCİSİ



# İNÖVATİF VE SÜRDÜRÜLEBİLİR PROJELER ÜRETİN

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**Hızlandırma Merkezi** girişimcilik yolculuğuna yeni başlamış kişileri kabul eden ve onlara mentorluk, eğitim, paylaşımlı ofis, yatırımcı ile buluşma gibi faydalar sağlayan bir program sunar. Kuluçka merkezlerine göre daha kısa süreli programlardır.

**Ön Kuluçka ve Kuluçka Merkezleri** ise iş fikri belli bir seviyeye gelen girişimcileri destekleyerek şirketleşmelerini sağlayan yapılardır. Genellikle 6 - 12 ay boyunca, girişimciler bu merkezlerin imkanlarından faydalanabilirler. Hızlandırma merkezinin sunduğu faydalara ek olarak ön kuluçka/kuluçka merkezlerinde; üniversite-sanayi işbirliği, hukuki danışmanlık, bazı fuar ve etkinliklere ücretsiz katılım gibi destekler sunulur.

**Oyun Girişimcilik Merkezleri** listesinden görebileceğiniz üzere ülkemizde, oyun odaklı kurulmuş toplam 25 adet merkez veya program bulunmaktadır. Sadece oyun odaklı olmayan ve farklı girişimleri de kabul eden ise 2 adet merkez bulunmaktadır. Listenin yarından fazlasını İstanbul'da yer alan merkezler/programlar oluştururken online destek veren yerler ise ikinci büyük çoğunluğu oluşturmaktadır. Bunu ise Ankara, İzmir, Denizli, Çanakkale gibi farklı iller takip etmektedir.



SENEM AKSAKAL  
OYUN TASARIMCISI  
VİDEO OYUN QA TEST UZMANI  
TOPLULUK YÖNETİCİSİ



# İNÖVATİF VE SÜRDÜRÜLEBİLİR PROJELER ÜRETİN

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Akademik tarafa baktığımızda; “Dijital Oyun Tasarımı”, “Oyun ve Etkileşim Teknolojileri”, “Bilgisayar Animasyonu ve Oyun Teknolojileri” ve “Oyun Geliştirme Teknolojileri” gibi farklı programlar olduğunu görüyoruz. Ülkemizde bu konu özelinde, toplam 12 üniversitede lisans bölümü ve 7 üniversitede ise yüksek lisans programı bulunmaktadır. Bunların 4 tanesi Devlet, 11 tanesi Vakıf Üniversitesi olup 2 tanesi ise KKTC’de bulunmaktadır.

Gerek game jam’ler gerek girişimcilik merkezleri ve gerek ise akademik programlarla olsun, oyun sektörüne giriş bariyeri düşüyor. Kalifiye eleman sayısı henüz yeterli düzeyde olmasa da sağlanan tüm bu imkanlar sayesinde artmaya devam ediyor. Bu kadar yoğun rekabetin olduğu bir sektörde hayatta kalabilmek için inovatif ve sürdürülebilir projeler üretmek önemli hale geliyor.

Önümüzdeki yıllarda da ülkemizde başarılı oyun projelerine imza atan, dünya çapında adından söz ettiren yeni firmalar göreceğimize hiç şüphe yok. 2023 yılında Türk oyun sektöründen çıkacak yeni unicorn’un kim olacağına dair bazı fikirler öne atılmaya başlandı bile. Yıl bitmeden hep beraber göreceğiz.



SENEM AKSAKAL  
OYUN TASARIMCISI  
VİDEO OYUN QA TEST UZMANI  
TOPLULUK YÖNETİCİSİ

# OYUN SEKTÖRÜNDEKİ MESLEKLER

## Game Development

- AI • Engine • Gameplay • Graphics
- Localization • Network • Physics
- Rendering • Tools • UI

## Art

- 2D • 3D • Character • Concept
- Creative Direction • Direction
- Environment • Lighting • Model • Prop
- Technical • Texture • UI • VFX
- Vehicle • Weapon

## Software Engineering

- AI • Backend • Cloud • Data Analysis
- DevOps • Frontend • Full Stack • Mobile
- Project Management

## Broadcast

- Camera Operation • Floor Management
- Graphics • In-game Observation
- Lighting • Producing • Replay Operation
- Scriptwriting • Sound Engineering
- Stream Engineering • Studio Management

## Content & Media

- Cinematography • Copy Editing
- Game Capture • Graphic Design
- Journalism • Motion Design
- Photography • Scriptwriting • Translation
- Video Editing • Videography

## Human Resources

- Compensation & Benefits
- Diversity & Inclusion • Employer Branding
- Health & Safety • Recruitment
- Training & Development • Wellness

## Education

- Lecturing • Program Development
- Program Management • Safeguarding
- Teaching

## Game Design

- Combat • Economy • Interaction • Level
- Monetization • Multiplayer • Narrative
- Quest • Sound • Systems • Technical
- UI • UX • World

## Animation

- 2D • 3D • Cinematics • Gameplay
- Motion Capture • Particle • Programming
- Rigging • Technical

## IT

- Cyber Security • Network Engineering
- System Administration • Technical Support

## Talent

- Agency • Casting • Content Creation
- Hosting • Interviewing • Management
- Playing • Screen Acting • Streaming
- Voice Acting

## Competitive

- Coaching • Fitness • Nutrition
- Performance Analysis • Physiotherapy
- Playing • Psychology • Refereeing
- Scouting • Team Management

## Commercial

- Account Management
- Advertising Operations
- Business Development • Customer Service
- Ecommerce • Manufacturing
- Monetization • Partnerships
- Procurement • Product Design
- Product Management • Retail • Sales
- Sponsorships • Ticketing

## Administrative

- Executive Assistance • Facilities Support
- Office Management • Personal Assistance
- Reception

## Game Production

- Game Direction • Live Operations
- Product Management
- Project Management • Prototyping
- Publishing • Release Management
- Storyboarding • Studio Management

## Audio

- Composition • Design • Engineering
- Programming • Sound Direction

## Quality Assurance

- Analysis • Automation • Certification
- Compatibility • Compliance • Engineering
- Interruption • Performance • Platform
- SDET • Submission • Testing

## Events

- Audio Visual • Catering
- Customer Service • Emergency Services
- Equipment Management
- Facilities Management • Hospitality
- In-game Observing • Logistics • Security
- Technical Engineering

## Marketing

- Brand • Community Management
- Copywriting • Digital • Email • Influencer
- Product • Project Management
- Public Relations • Social Media
- User Acquisition

## Finance & Legal

- Accounting • Analysis • Auditing
- Compliance • General Counsel • Licensing
- Mergers & Acquisitions • Payroll • Tax

## Research

- Academic • Consumer • Data Entry
- Market • UX



# İNTERNET KAFELER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## • 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**



## • 7.450 internet kafe

Birçok internet kafemiz 2021 yılında pandeminin devam eden etkileri, masraf ve vergiler karşısında işyerlerini kapatmak durumunda kalmıştı. 2022'de de kapanmalar ve iş değiştirmeler nedeni ile aktif kafe sayısı oldukça düşüş gösterdi.

**2022**



# İNTERNET KAFE BİLGİSAYAR SİSTEM ÖZELLİKLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



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

2021

	i3	i5	i7	i9	
• İşlemci					
• Yüzdellik Oran	%10	%50	%30	%10	
• Ram	4 GB	8 GB	16 GB	32 GB	64 GB
• Yüzdellik Oran	%2	%40	%40	%10	%8
• İnternet Hızı	16 MB	24 MB	32 MB	64 MB	100 MB
• Yüzdellik Oran	%0	%0	%20	%20	%60

2022



# GÜNLÜK İNTERNET KAFE İSTATİSTİKLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



- 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**

- En Yoğun Saatler
- En Yoğun Günler
- Ortalama Ücret / Saatlik
- Ortalama Günlük Kazanç
- Ort. Yiyecek Ödemesi / Kişi

**15:00 - 23:00**

**CUMA-PAZAR**

**9 TL - 25 TL**

**1.500 - 2.500 TL**

**50 - 60TL**

**2021**

**2022**



# İNTERNET KAFELERDE EN ÇOK OYNANAN OYUNLAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

• PUBG Mobile  
*Emülatör*

• Free Fire

• Steam Oyunları

• CS: GO

• VALORANT

• League of Legends

• Roblox

• Epic Games Oyunları

• Xbox Game Pass Oyunları



• PUBG: BATTLEGROUNDS

• Steam Oyunları

• League of Legends

• VALORANT

• Free Fire

• CS: GO

• GTA

• Call Of Duty

2021

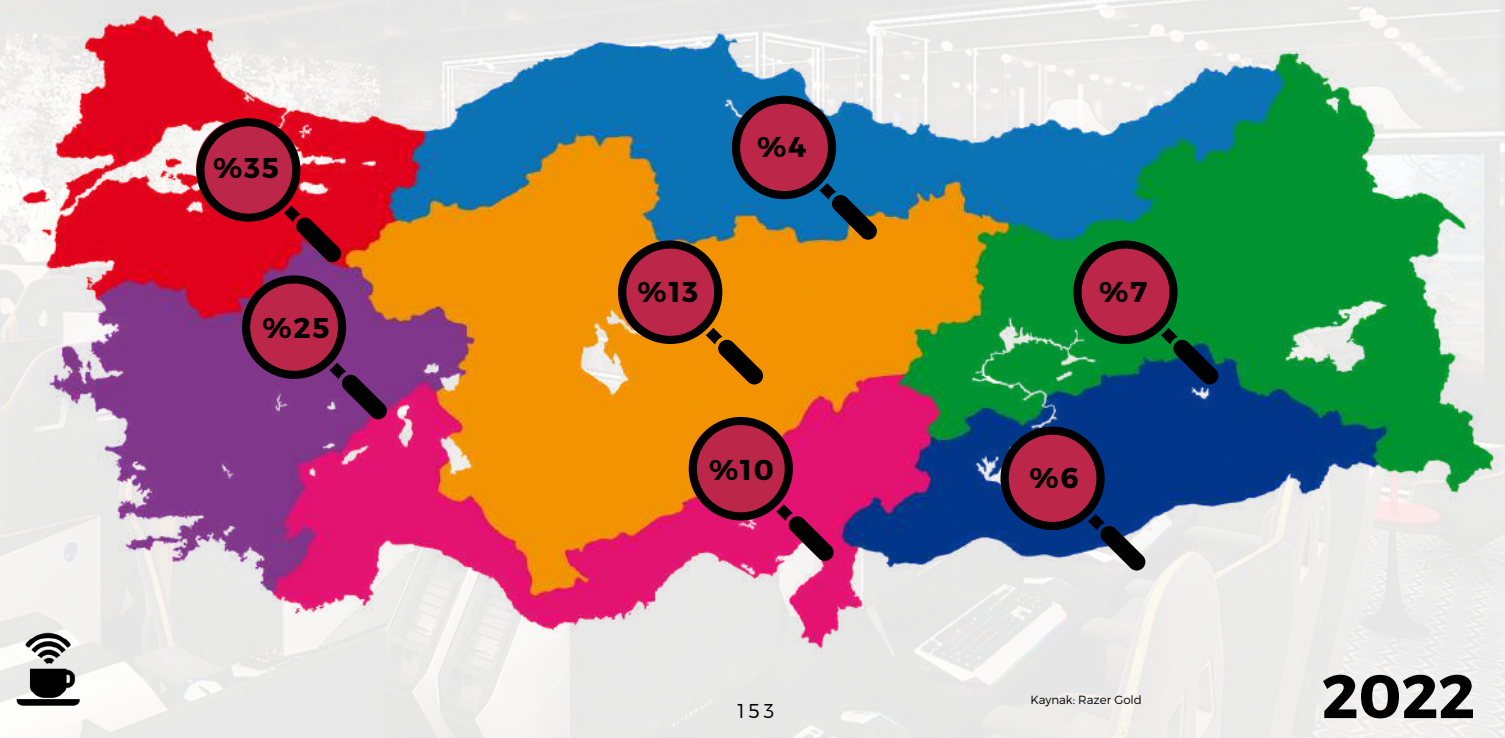
2022





# TÜRKİYE'DEKİ İNTERNET KAFE DAĞILIMI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022





# TÜRKİYE'DEKİ ÖNEMLİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## Espor Takımları

- 1461 Trabzon FK
- 36 Number
- 3Gün Yatar
- 5 Ronin
- 52 Orduspor FK
- ABB Aski Esport
- Adanaspor
- Altay
- Anatolia Esports
- Antalyaspor
- Bahçeşehir Esports - BK Esports
- BAL Esport
- BBL Esports
- Beşiktaş Esports
- Brosskiez
- Bursaspor
- Çaykur Rize Esport

## Oynadıkları Oyunlar

- FIFA Pro Club
- VALORANT
- VALORANT
- League of Legends
- FIFA Pro Club
- ZULA
- FIFA Pro Club
- FIFA Pro Club
- VALORANT
- FIFA Pro Club
- FIFA Pro Club - NBA 2K
- ZULA
- VALORANT - PUBG
- FIFA Pro Club - VALORANT - League of Legends - PUBG Mobile - NBA 2K
- CS:GO
- FIFA Pro Club
- FIFA Pro Club





# TÜRKİYE'DEKİ ÖNEMLİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## Espor Takımları

- Dark Passage
- Denizbank Istanbul Wildcats
- Digital Athletics
- Erzurumspor FK
- Eternal Fire
- Eternal Fire DEXGAME Academy
- EtigeT Esports
- Fatih Karagümrük
- Fenerbahçe Espor
- Fire Flux
- Fut Esports
- Galakticos
- Galatasaray Espor
- Gamers of Future
- Gaziantep FK
- Gençlerbirliği E-Spor
- Getso Esports

## Oynadıkları Oyunlar

- FIFA Pro Club - League of Legends
- FIFA Pro Club - League of Legends - ZULA - PUBG Mobile- PUBG - LoL Wild Rift - NBA 2K
- VALORANT - PUBG
- FIFA Pro Club
- CS:GO
- CS:GO
- PUBG
- FIFA Pro Club - VALORANT
- FIFA Pro Club - VALORANT - League of Legends - PUBG Mobile - NBA 2K
- FIFA Pro Club - VALORANT - PUBG Mobile
- FIFA Pro Club - VALORANT - PUBG Mobile - PUBG - LoL Wild Rift
- FIFA Pro Club - VALORANT - League of Legends - PUBG
- FIFA Pro Club - VALORANT - League of Legends - PUBG Mobile - NBA 2K
- ZULA
- FIFA Pro Club
- FIFA Pro Club
- PUBG Mobile





# TÜRKİYE'DEKİ ÖNEMLİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## Espor Takımları

- Giresunspor
- Goodguys
- gothboiclique
- Green Dagger
- Gringo Team
- Hak3 Esports
- Hatayspor
- HaZe Clan
- IF Parla Esports
- Info Yatırım Aurora
- Interrail
- İstanbul Başakşehir
- İstanbulspor
- Kafalar esportS
- Kaos Next Rüya
- Kasımpaşa
- Kayserispor

## Oynadıkları Oyunlar

- FIFA Pro Club
- PUBG Mobile
- CS:GO
- CS:GO
- VALORANT
- FIFA Pro Club
- FIFA Pro Club
- VALORANT
- VALORANT - LoL Wild Rift
- FIFA Pro Club - VALORANT - League of Legends - NBA 2K
- FIFA Pro Club
- FIFA Pro Club
- FIFA Pro Club
- VALORANT
- FIFA Pro Club - VALORANT - PUBG Mobile
- FIFA Pro Club
- FIFA Pro Club





# TÜRKİYE'DEKİ ÖNEMLİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## Espor Takımları

- Kocaelispor
- Mersin Espor
- MKE Ankaragücü
- Mod-Z Esports
- Nasr Esports
- New Worlds
- Otherside Esports
- Oxygen Esports
- Ozarox Esports
- Papara Supermassive Blaze
- Real Winner Company
- Regnum Carya
- S2G Esports
- Sakaryaspor
- Samsunspor
- Sangal Esports

## Oynadıkları Oyunlar

- FIFA Pro Club
- FIFA Pro Club
- FIFA Pro Club
- VALORANT
- League of Legends - LoL Wild Rift
- PUBG Mobile
- VALORANT
- VALORANT
- PUBG Mobile
- VALORANT - League of Legends - PUBG Mobile - PUBG
- CS:GO
- FIFA Pro Club - VALORANT - PUBG Mobile - PUBG - LoL Wild Rift - NBA 2K
- FIFA Pro Club - PUBG Mobile
- FIFA Pro Club
- FIFA Pro Club
- VALORANT





# TÜRKİYE'DEKİ ÖNEMLİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## Espor Takımları

- SECURITAS
- Sivasspor Esport
- STEEL TACTICS
- Surreal Esports
- Team Lixa
- The Chosen Few
- Thunderbolts Gaming
- TOA Esports
- Trabzonspor
- vampboiclique
- Weda Esports
- WERSCHIEDEN
- Wofdex Esports
- Yeni Malatyaspor
- Zero Zone

## Oynadıkları Oyunlar

- CS:GO
- FIFA Pro Club - VALORANT - ZULA - CS:GO
- ZULA
- VALORANT - PUBG Mobile
- VALORANT
- CS:GO
- VALORANT
- FIFA Pro Club
- FIFA Pro Club - NBA 2K
- CS:GO
- VALORANT
- CS:GO
- VALORANT
- FIFA Pro Club
- VALORANT



2022





# TÜRKİYE'DEKİ ÖNEMLİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## Üniversite Espor Takımları

- AYBU Espor (AGM Espor)
- BAU eSports
- BAUN Esports
- BTU Espor
- DEU Esports
- DOU Espor
- Gazi Espor
- Hacettepe Esports
- HBV Espor
- IAU Espor
- IDU Espor
- IKU Espor
- ITU Espor
- MAU Esports
- Medipol Espor
- METU Esports
- NISH Espor
- Selçuk Esportlar

## Oynadıkları Oyunlar

- CS:GO, VALORANT
- Halo, CS:GO, VALORANT, LoL
- VALORANT
- VALORANT, LoL
- VALORANT, LoL
- VALORANT, LoL
- VALORANT, LoL
- CS:GO, VALORANT, LoL
- VALORANT, LoL
- CS:GO, VALORANT, LoL
- VALORANT, LoL
- LoL
- CS:GO, VALORANT
- VALORANT, LoL
- VALORANT, LoL
- VALORANT, LoL
- VALORANT, LoL
- VALORANT, LoL
- CS:GO, VALORANT, LoL, WildRift





# LİSANSLI OYUNCU VE TAKIM SAYISI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



Türkiye'de  
lisanslı olarak  
**175+** espor  
takımı  
bulunmaktadır.



Türkiye'de  
lisanslı olarak  
**15.375+** espor  
oyuncusu  
bulunmaktadır.

\* Federasyonumuza kayıtlı 175 spor kulübü, 61 özel beden eğitim tesisi, 88 antrenör ve 9743 erkek 5697 kadın olmak üzere toplam 15.440 lisanslı esporcumuz bulunmaktadır. Yeni düzenleme ile artık münferit esporcu lisans başvuruları E-Devlet üzerinden artık alınabilmekte ve bu vesileyle lisanslı esporcu sayımızın çok ciddi bir artış göstereceğini öngörmekteyiz.







# SOSYAL MEDYAYI EN İYİ KULLANAN ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## INSTAGRAM

	TAKİPÇİ	HAFTALIK ORTALAMA İÇERİK SAYISI	ORTALAMA GÖNDERİ BEĞENİSİ	ETKİLEŞİM ORANI
BEŞİKTAŞ ESPORTS	214	11	1376	%0,66
GALATASARAY ESPOR	191	6	956	%0,50
BBL ESPORTS	109	2	10116	%9,37
ETERNAL FIRE	93.6	3	4668	%5,10
FUTBOLIST	67.4	12	2181	%3,26
FENERBAHÇE ESPOR	62.4	0	2362	%3,78
PAPARA SUPERMASSIVE BLAZE	45.9	4	195	%0,42
FIRE FLUX ESPORTS	44.6	3	2341	%5,31
DENİZBANK İSTANBUL WILDCATS	35.1	6	749	%2,20
DARK PASSAGE ESPORTS	28.1	6	444	%1,59
SANGAL ESPORTS	16.5	2	197	%1,23
GALAKTICOS	9.158	4	100	%1,14
BAU ESPORTS	5.349	15	37	%0,70





# SOSYAL MEDYAYI EN İYİ KULLANAN ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## YOUTUBE

	ABONE	TOPLAM GÖRÜNTÜLENME
ETERNAL FIRE	60.7	7.145.510
DARK PASSAGE ESPORTS	56.8	18.137.213
FUTBOLIST	38.9	6.138.424
BBL ESPORTS	36.4	4.124.257
PAPARA SUPERMASSIVE BLAZE	34	5.482.577
SANGAL ESPORTS	21.4	2.541.376
FENERBAHÇE ESPOR	16.6	2.791.765
DENİZBANK İSTANBUL WILDCATS	11.5	3.440.416
FIRE FLUX ESPORTS	8.3	462.968
BEŞİKTAŞ ESPORTS	6.62	465.284
GALAKTICOS	4.28	53.81
BAU ESPORTS	528	32.28





# SOSYAL MEDYAYI EN İYİ KULLANAN ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## TIKTOK

	TAKİPÇİ	TOPLAM GÖNDERİ	TOPLAM BEĞENİ
BEŞİKTAŞ ESPORTS	33.2	150	351.2
SANGAL ESPORTS	16.2	231	466.3
PAPARA SUPERMASSIVE BLAZE	14.6	261	231.3
FIRE FLUX ESPORTS	10.7	167	196.9
DARK PASSAGE ESPORTS	7.553	176	186.4
DENİZBANK İSTANBUL WILDCATS	5.994	78	39
BBL ESPORTS	5.838	17	48.6
FENERBAHÇE ESPOR	5.754	171	79.7
BAU ESPORTS	750	26	10.8





# SOSYAL MEDYAYI EN İYİ KULLANAN ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

## TWITTER

	TAKİPÇİ	HAFTALIK ORTALAMA İÇERİK SAYISI	ORTALAMA GÖNDERİ BEĞENİSİ	ETKİLEŞİM ORANI
BBL ESPORTS	143.1	7	2009	%1,40
FENERBAHÇE ESPOR	118.7	10	294	%0,24
GALATASARAY ESPOR	89.3	7	171	%0,19
BEŞİKTAŞ ESPORTS	84.4	10	80	%0,09
PAPARA SUPERMASSIVE BLAZE	69.9	8	20	%0,02
FUTBOLIST	62.3	30	322	%0,51
ETERNAL FIRE	60.4	15	606	%1
DARK PASSAGE ESPORTS	47.4	6	625	%1,31
DENİZBANK İSTANBUL WILDCATS	38.7	9	276	%0,71
SANGAL ESPORTS	29.5	11	88	%0,30
FIRE FLUX ESPORTS	27.7	6	112	%0,41
GALAKTICOS	23.3	4	211	%0,90
BAU ESPORTS	1.583	6	7	%0,45





# TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ON/OFF ESPOR VE OYUN ETKİNLİKLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

### Etkinlik Adı

- 30 Ağustos Deston Zafer Kupası
- Anka Hell Summer Cool Events League Of Legends
- Antalya Espor Festivali
- ATO Congressium Eternal Fire Espor Festivali
- BASE Espor Festivali 2022
- Bitexen TESFED Türkiye Kupası 2022
- BTCTurk Be The Champion League
- BtcTurk x ESA PUBG Revival
- ESA Esports Overwatch2
- ESA Esports Supremes Spring 2022
- ESA Open Fire All Stars 2022
- ESA Open Fire Stand United
- ESA PUBG Domination
- ESL Türkiye Şampiyonası
- Eistanbul Game Night Eylül
- FIFA 22 (PS4) 1on1 Man City Cup TECNO POVA
- FIFA 22 (PS4) FUT PlayStation Plus WTCN Challenge 2022 Turkey

### Etkinlik Adı

- FIFA 22 (PS4) Galatasaray Challenge 2022 Turkey
- GAMEON 2022 Espor Turnuvaları CS:GO Turnuvası
- GAMEON 2022 Espor Turnuvaları PUBG: BATTLEFIELDS Turnuvası
- GameX 2022
- Gaming İstanbul 2022
- Genshin Impact Türkiye Canlı Yayın Macera Karnavalı
- Global Esports Games 2022
- Global Yıldız Kupası
- GÜEST GO VI!
- INDIEWAY Etkinlikleri (Mart - Eylül 2022 Arası 3 Kere Düzenlendi)
- INTEL ESL TÜRKİYE CS:GO ŞAMPİYONASI
- Intel Monsters Reloaded 2022
- Intel UET LCQ LoL Turnuvası
- Intel UET League of Legends: Wild Rift Güz Şampiyonası
- Intel UET Legends of Runeterra Güz Şampiyonası
- Intel UET Rocket League Güz Şampiyonası
- Intel UET Summer Fest





# TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ON/OFF ESPOR VE OYUN ETKİNLİKLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

### Etkinlik Adı

- Intel UET TFT Şampiyonası
- Intel UET VALORANT Klasman Şampiyonası
- İstanbul 2022 Global Esports Games
- Koç Esport Fest 2022
- Kocaeli Esport Şöleni
- KUCOIN CUP Counter Strike: Global Offensive
- KUCOIN CUP Mobile Legends: Bang Bang
- KUCOIN CUP PUBG: BATTLEGROUNDS
- LoL 5v5 Topluluk Kupası Vatan Bilgisayar
- Master Of Gamers Sancaktepe Esport Akademi CS:GO Turnuvası
- Migros Brawl Stars Cup 9
- Migros Clash Royale Cup 11
- Migros Clash Royale Cup 12
- Migros CS:GO 1v1 Cup 3
- Migros Esport Clash Royale Turnuvası
- Migros FIFA 23 Ultimate Team Cup 1

### Etkinlik Adı

- Migros ile Okula Dönüş Brawl Stars Turnuvası
- Migros ile Okula Dönüş Clash Royale Turnuvası
- Migros ile Okula Dönüş CS:GO Turnuvası
- Migros ile Okula Dönüş Zula Turnuvası
- Migros Rocket League Cup 9
- Migros Veet Men FIFA 22 Final Turnuvası
- Migros Zula Cup 4
- Mobidictum Business Conferance
- Mobile Legends Bang Bang Türkiye Şampiyonası 2022
- OnGame İstanbul
- PASTAVILLA Mac&Cheese PUBG
- Protality Season 4
- Protality Season 5
- PUBG 29 Ekim Kupası Invitational
- PUBG Mobile National Championship Türkiye 2022
- PUBG Invitational: Vikendi Reborn

# 2022





# TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ON/OFF ESPOR VE OYUN ETKİNLİKLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

### Etkinlik Adı

- Red Bull Campus Clutch Türkiye 2022
- Red Bull Flick Türkiye 2022
- Red Bull HATTRICK
- Red Bull SoloQ Türkiye 2022
- Riot Games Summer Rumble
- Riot Kafe Turnuvaları 2022
- Rise Online World
- Türkiye Esport Fuarı Selçuklu Kongre Merkezi
- TÜSF Esport Türkiye Şampiyonası
- VALORANT 5v5 Topluluk Kupası Vatan Bilgisayar
- VALORANT Champions İstanbul 2022
- Vodofone Freezone Şampiyonluk Ligi Kış Mevsimi
- Vodofone Freezone Şampiyonluk Ligi Yaz Mevsimi
- Yemeksepeti Protality Dropstars

*\* Sene boyunca takip ettiğimiz etkinlikler listeye eklenmiştir. Eksik olduğunu düşündüğünüz online ya da offline etkinlik var ise, bize bildirmeniz durumunda listeye eklenecektir.*





# ESPOR VE OYUNA YATIRIM YAPAN MARKALAR

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

- Acer
- Adidas
- Altınyıldız Classics
- Amazon
- AOC
- Arko Men
- Asist Analiz
- Asus
- Axe
- Bacar Automotive
- Bahçeşehir Üniversitesi
- Biocore
- Binance
- Bitci.com
- Bitexen
- BKM Express
- BMW
- Borusan Otomotiv
- BursaGB
- ByNoGame
- CarrefourSA
- Chupa Chups
- Coca-Cola
- Corsair
- Doritos
- ESA
- fastPay
- GameSatış
- Getir
- Gillette
- Gökral
- Grimelange
- Hawk
- HDI Sigorta
- Head & Shoulders
- Hepsiburada
- Hi2Games
- HyperX
- İnce Hesap
- ininal
- İTOPYA
- Karnaval
- KFC
- Little Caesars
- Logitech G
- Maximum
- McDonald's
- Mercedes
- Migros
- Monster Energy
- Monster Notebook
- MSI
- Nike
- Nescafe
- Nimo TV
- Old Spice
- Olips
- Omen By HP
- Ozan SuperApp
- Papara
- Paribu
- Pastavilla
- Puma
- Rampage
- Razer
- Razer Gold
- Red Bull
- Regnum Carya
- Samsung
- SteelSeries
- Supradyn Energy
- TikTok
- Tosla
- Türknet
- Vestel
- Vodafone
- Wulfz
- Yemeksepeti
- Zio
- X-Drive

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





# ESPOR OYUNLARI

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

- Age of Empires
- Among Us
- Apex Legends
- Arena of Valor
- Assetto Corsa Competizione
- AutoChess
- Battlefield 2042
- Beat Saber
- Brawhalla
- Brawl Stars
- Call of Duty Mobile
- Call of Duty Modern Warfare
- Call of Duty Warzone
- Clash of Clans
- Clash Royale
- Counter Strike: Global Offensive
- DOTA 2
- EA Sports UFC 3
- eFootball 2022
- eFootball 2023
- Fall Guys: Ultimate Knockout
- FIFA 2022
- FIFA 2023
- FIFA Mobile
- FIFA Online 4
- Football Manager 2022
- Formula1
- Fortnite
- Free Fire
- Genshin Impact
- Gran Turismo 7
- Halo
- Heartstone
- Just Dance 2022
- Kafa Topu 2
- League of Legends
- League of Legends: Team Fight Tactics
- League of Legends: Wild Rift
- Legends of Runeterra
- Madden NFL 22
- Madden NFL 23
- Mario Kart 8 Deluxe
- Mobile Legends: Bang Bang
- Mortal Combat 11
- NBA 2K22
- NBA 2K23
- NBA 2K23
- New State
- NHL 22
- OSU!
- Pokemon GO
- PUBG Mobile
- PUBG: BATTLEGROUNDS
- Quake
- Roblox
- Rocket League
- RUST
- Smite
- Starcraft 2
- Street Fighter V
- Super Smash Bros Ultimate
- Tekken
- Tennis World Tour 2
- Tom Clancy's Rainbow Six Siege
- VALORANT
- World of Tanks
- World of Warcraft
- WWE 2K22
- ZULA



# TÜRKİYE ESPOR MEDYA KANALLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



- 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

- 5mid
- Dijital Sporlar
- Espor analist
- Espor Gazetesi
- Espor
- Espor.online
- Esporin
- Esport Times
- Esports 360 Mag
- Fanatik Espor
- Flank Esports
- Gamerbase
- HUBOGI
- Hürriyet Espor
- Medya Espor

- Multiplayer
- Mynet Espor
- Playerbros
- Save Butonu
- SporX Espor
- Esporkolik
- Invade Espor
- Migros Espor
- Mobidictum
- Onedio Gaming
- Red Bull Espor
- TeknoDiot
- Bolumsonucanavari
- Shiftdelete
- Turkmmo

**2021**

**2022**

\*Espor medya kanalları, alfabetik olarak sıralanmıştır.



## TOP OYUN SİTELERİ (2022 TRAFİK)

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



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



# TOP ONLINE SATIŞ SİTELERİ (2022 TRAFİK)

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



- bynogame.com
- oyunfor.com
- gamesatis.com
- klasgame.com
- midasbuy.com
- kopazar.com
- kbasakalonline.com
- mtcgame.com
- perdigital.com
- vatangame.com
- oyunalisveris.com
- gold.razer.com
- foxngame.com
- dijipin.com
- durmaplay.com
- yesilyurtgame.com
- epin.com.tr
- playsultan.com
- joyalisveris.com
- bursagb.com

\* Toplam trafiklere göre sıralanmıştır.



# TOP ONLINE OYUN PLATFORMLARI (2022 TRAFİK)

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



- Steam
- Epic Games
- itch.io
- Battle.net
- GOG
- Rockstar Games - Social Club
- Playstore.com
- Ubisoft Store
- Humble Bundle
- Kinguin
- Origin



# TÜRKİYE'DEKİ OYUN DERGİLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022

Oyungezer



Level



[Oyungezer Dijital Arşivi](#)





**2022**



**UZMAN  
GÖRÜŞLERİ**

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**ALPER AFŞİN  
ÖZDEMİR**

TESFED KURUCU  
BAŞKANI / AVRUPA  
ESPOR FEDERASYONU  
KURUCU YÖNETİM  
KURULU ÜYESİ

2022 yılının bizim ve camiamız için çok güzel geçtiğini söyleyebiliriz. Yeni spor yasasının çıktısı olarak, 18 Kasım 2022 tarihindeki resmî gazete tebliği ile federasyonumuz ülkemizdeki diğer spor federasyonlarının sahip olduğu statüye kavuştu. Yeni statümüzle artık çok daha güçlü ve etkili bir şekilde hareket etme olanağımız da oluşmuş oldu. 4. kez düzenlediğimiz TESFED Türkiye Kupamız 2022'de 11 branşta binlerce esporcumuzun katılımı ile gerçekleşti. Şampiyonlarımız milli seçmeler vesilesi ile uluslararası turnuvalara katılım sağladı ve çok güzel sonuçlar elde ettik. Avrupa Espor Federasyonu'nun Azerbaycan'da düzenlediği turnuvada Rocket League'de Avrupa 4.'sü olduk ve Montenegro ayağında, Efootball branşında gümüş madalya ile ikinci olduk.

2023 yılında bizleri çok güzel gelişmeler bekliyor. 2022 yılında Global Espor Federasyonu ile imzaladığımız mutabakat zaptında 10 yıllık uzun vadeli planlarımız var. Singapur ve Suudi Arabistan espor federasyonları ile imzalanan iş birliği anlaşmaları kapsamında espor alanında birçok global ve bölgesel icraatlarımız olacak. Ülkemize kazandırdığımız global etkinliklerin devamını da getirmeyi planlıyoruz.



**ERDİNÇ İYİKÜL**  
RIOT GAMES  
TÜRKİYE ÜLKE  
MÜDÜRÜ

Riot Games olarak 2022 yılında ülkemizde 10. yılımızı devirdik ve 10 yıldır bizimle olan tüm topluluğumuza büyük heyecanlar yaşatacak özel deneyimler sunduk. Bizler için 2022 yılındaki en büyük gurur kaynaklarından biri, şirketin ilk oyunu olan League of Legends'in ülkemizde tam 10 sene boyunca en sevilen ve en çok oynanan PC oyunu olma özelliğini koruması oldu. LoL, 22 Milyondan fazla hesabı ile Türkiye'nin hala en çok oynanan PC oyunu. Bu başarıyı oyuncu odaklı yaklaşımımız ve kendimizi oyuncu beklentilerine göre sürekli güncellememiz sağlıyor. Riot Games Türkiye olarak, 2012'de kurulduğumuzdan bu yana oyunu şekillendirdik, oyuncularla birlikte değiştik ve geliştik. League of Legends'la başladığımız macera, TeamfightTactic, VALORANT, Wild Rift ve Legends of Runeterra olmak üzere farklı tür ve platformlardaki 5 oyunumuzla devam etti.

Riot Games'in oyunu merkeze alan ve oyuncu odaklı bir eğlence şirketine dönüşmesi için önümüzde uzun bir yol olduğunun farkındayız. Özellikle Türkiye'de 10 yıldır oyuncularımıza verdiğimiz hizmetleri devam ettirmek ve çeşitlendirmek öncelikli hedefimiz. Oyuncularımızın hayatında oyun oynadıkları zaman dışında da bir kültürel değer olarak yer almaya çalışmaya ve onlar nerede ise orada olmaya devam edeceğiz.



# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**MEVLÜT DİNÇ**  
INVENTUNA GAMES  
CO-FOUNDER,  
EXECUTIVE  
PRODUCER  
AUTHOR / YAZAR

1983 yılında tamamen tesadüfen İngiltere’de başlayan oyun sektöründeki kariyerimde tam 40 sene doldu!

İngiltere’de edindiğim bilgi ve birikimi kendi ülkeme taşıyarak 2000 yılında başlattığım Türkiye oyun mecramda ise 23. yıldıym.

2001 yılındaki krizin de etkisi ile ‘Abi deli misin, İngiltere gibi bir ülkeyi bırakıp buraya niye geldin?’ sorusuna çok maruz kaldım. Ben ise hep oyununun öneminden ve gücünden bahsettim ve bahsetmeye devam ediyorum.

Ülkemizin genç yeteneğine ve girişimci ruhuna inancım her zaman tam olmuştur. Bu bağlamda her şeye rağmen zor koşullarda da olsa çalışma ve çabalarımıza devam ettik.

2023 yılında ülkemiz oyun sektöründe büyümeye ve dünya pazarında yerini sağlamlaştırmaya devam ediyor.

Blockchain, AI ve benzeri tüm teknolojik gelişmeler, oyunda vücut bulup değer kazanıyor.

Ülkemizin sahip olduğu potansiyel çok büyük. Umarım ülke olarak bu potansiyeli en iyi şekilde değerlendirmeyi başarırız.

Sürekli gerçekleştirdiğim ‘Hayat Bir Oyun’ temalı söyleşi ve sohbet etkinliklerine uzun süredir ortaokul öğrencileri de katılıyor. Oyuna ilgi giderek artıyor, ilkokullara kadar inmesi dileğiyle...

İyi oyuncu olmanın yansıra, oyun kuran güçlü bir ülke olma yolunda, oyunun gücünü kullanmak çok önemli.

Sektörde emeği geçenlere, büyük başarılarla imza atanlara ve atacaklara teşekkürler ve sevgiler. Gelişmeleri ve trendleri aktaran Türkiye Oyun Sektörü Raporu’nu hazırlayanları yürekten kutlarım.

Yaşasın oyun!

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**MURAT KÖMÜRCÜ**  
BYNOGAME  
CEO

Teşekkürler Oyun Sektörü Raporu!  
Diyeceksiniz ki,  
"Yazıya teşekkürle mi başlanır?"  
Biz başlayalım!

Bu raporda, biz sektör uzmanlarına 😊şu soruluyor:  
"Geçen yılınız nasıl geçti ve önümüzdeki yıldan beklentileriniz nelerdir?"

Bu sayfayı yazarken tarihe baktım ve eski yazımın satır aralarına sızdım.  
Kimine göre geçmiş yağmura şemsiye açtım,  
hatta, denizi çekiçle düzeltmeye çalıştım.  
Fakat geçmişî irdeleyip hatalara kanca atmadan,  
geleceğime projektör tutmam mümkün değil.  
Sonuçta herkesin geleceğini yaratan şey geçmişî değil miydi?

Geçmiş bir depresiflik semptomu,  
şimdiki zaman göreceli bir bakış açısı serumu,  
gelecek ise bir olasılık sanatı sendromudur.

Şair, müzisyen ve senaristler, kağıdın kaleme değdiği yerde sanatlarını icra ederler. Yazmak, dahilerin dünyaya açılmasını sağlayan en müstesna eylemdir. Oyun hükümdarlığında ByNoGame tacındaki en parlak mücevherlere, **Gaming In Turkey ve Oyun Sektörü Raporu**'na, bu hazzı bize yaşattıkları için şükranlarımı sunuyorum.

Geçen yıl, "NFT'ler, herkesin varlıklarını kaybettiği karanlık bir distopyaya dönüşecek!" diye yazmıştım. Ayrıca Campaign Türkiye Evrim 3.0 Metaverse yazımda, sarkastik bir tavrıyla, "Çok da şaapmamak lazım!" diye göz kırpmıştım.

Maalesef teşhisi doğru koymazsak tedavi mümkün olmuyor.  
Şimdi NFT Ekosistemi neredeyse tamamen çöktü... Bu, oyun camiasının yerle bir olmasından daha karanlık bir senaryo değildi. Ve karakterlerini sahip çıkan bıçkın oyuncular, sonraki habitatın koordinatlarını belirledi...

### Ve Oyuna Dönüş!

Bu dünyayı neden hor gördünüz? Asıl metaverse bu değil miydi? İstikrar, ancak kötülük kovulduktan sonra gerçekleşebilirdi. Metaverse şeytanları kovulunca oyunculara ait emtiaların, dijital sanat eseri oldukları ortaya çıkıverdi.

Belki hemen olmadı; bir belgeselde, hızlandırılmış kamera oyunlarıyla, çiçeklerin bir açılıp bir kapanmasıydı gerçekleşen...

2 milyon müşterimiz bu renkli çiçekler ise, tüm dünyaya açılarak neden daha nadide olanlarına kavuşmayalım? İngilizce dilini yaygınlaştırarak globale açılmalyız.

Güçlüklerimiz ve karşımızdaki tehlike, gözümüzü kaparsak ortadan kalkmayacak. Bu yıl, ekibimizin çoğunu İngilizce bilir hale getirip globali hedefliyoruz.

İzleyicilerin lideri terk etmesi, liderin izleyicileri takip etmesinden iyidir.

İnovasyonda rakipler tarafından izlenen olmak da sanırım benim kaderimdir.

Üzerine hiç risk almadan, olayların istediği biçimde akmasını tasarlayan kişi, hayal dünyasında, simülasyonda yaşıyor demektir. Hayal dünyası değil, oyun dünyasının kapısından girmek için anahtar aramayın.

Bizi arayın... 😊

ByNoGame İyi Oyunlar Diler!

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**NİLAY ALTAN**  
TÜRK TELEKOM  
SABİT HİZMETLER  
PAZARLAMA  
DİREKTÖRÜ

Güncel araştırmalara göre dünyada 3 milyara ulaşan aktif 'gamer' bulunmakta. Ülkemiz ise 42 milyonu aşan oyuncu sayısı ile dünyada en çok video oyunu oynanan 7. ülke konumunda. Türk Telekom olarak, dijital deneyimin önemli bir parçası hâline gelen oyun ekosistemine ve sektörün gelişimine, dahil olduğumuz projelerle katkı sağlamaya devam ediyoruz. Bu bağlamda oyun dünyasını ve oyuncuyu ön plana çıkararak kurguladığımız iş ortaklıklarımız ve hizmetlerimizle yeni teknoloji ve trendlerle harmanlanan projelerle oyun ekosistemine finansal açıdan da değer katıyoruz.

Son yıllarda oyuna artan ilgi, büyük başarı elde eden e-spor ve canlı yayın sektörlerinin gelişimi, oyun severlere 360 derece bir hizmet sağlanması gerekliliğinin önemini göstermektedir. Bizler de, oyuncunun ihtiyacı olan yüksek hızlar sağlayan fiber altyapıyı ülkenin dört bir yanına götüren Türk Telekom olarak oyun ekosistemine gelişimine doğrudan katkı sağlıyoruz. Bu amaçla ortaya çıkardığımız, oyun dünyasının beklentilerine ve ihtiyaçlarına katkı sağlayacak, sektörün tek oyun odaklı markası 'GAMEON'un lansmanını 2022 yılının birinci çeyreğinde gerçekleştirdik.

Türk Telekom GAMEON'la geçtiğimiz yıl Türkiye'de oyun odaklı fiber internet kampanyaları, oyuncuya özel modem, marka indirimleri, oyuncuların sıklıkla tercih ettiği popüler oyunlarla yapılan iş birlikleri, turnuvalar, oyuncu odaklı 7/24 internet destek hizmeti ve daha birçoğuyla oyun ekosisteminde yeniliklerle yer aldık ve ilklere imza attık. Türk Telekom olarak, önümüzdeki yıllarda da 'GAMEON'la ekosistemi 360 derece sahiplenerek oyun severlerin yanında olmaya devam edeceğiz.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**KERİM YILMAZ**  
GAMER ARENA  
CEO & CO-FOUNDER

2022 yılında Türkiye oyun sektörü bir rekora imza atarak başladı, yılın ilk yarısında oyun şirketlerine toplam 333 milyon dolar yatırım yapıldı ve Avrupa'da oyun sektöründe en çok yatırım alan ülke olduk. Ülkemiz oyun sektöründeki başarısını ve büyüme potansiyelini kanıtlamaya devam etti.

Son iki senedir popülerleşen ve birçok yerde karşımıza çıkan Play-to-Earn projelerinin aldıkları büyük yatırımlara rağmen bekleneni karşılayamadıklarını gördük. Bence bunun en temel sebebi kazanma ve blockchain teknolojisi taraflarına çok fazla odaklanıldı ama oyuncuların asıl oyun oynama sebeplerinin eğlence olduğu gözden kaçırıldı ve geliştirilen oyunlardaki oyun deneyimi kullanıcıların ilgilerinin çabuk kaybolmasına yol açtı.

Gamer Arena olarak 2022 yılında kendi oyunlarımızı geliştirdik ve yeni ürünümüz mobil uygulamamızın geliştirmelerini tamamladık. 2023 yılının ilk çeyreğinde uygulamamızı canlıya çıkartıp, kullanıcılarımıza rekabetçi oyun deneyimini kendi oyunlarımızla birlikte yaşatacak olmanın heyecanı içerisindeyiz.

2023 yılında blockchain oyun sektörünün adaptasyonunun hem Türkiye'de hem de dünyada hızlanacağını ve oyun sektörünün geleceğini şekillendirme konusunda önemli adımların atılacağını, büyük stüdyoların ve yayımcıların bu alana olan yatırımlarının ve ilgilerinin artacağını öngörüyorum.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**BATUHAN TERCAN**  
GAMER ARENA  
HEAD OF  
OPERATION

Oyun sektörünün geometrik olan büyüme ve gelişme oranı 2022 yılı içerisinde de devam etti. Oyun sektörü özellikle son 10-15 yıl içerisinde düzenli olarak kabuk değiştiriyor ve çağın ötesinde ilerliyor. Sahip olduğu genç ve dinamik yapısıyla da aslında dünyada ki bütün gelişmelere çok hızlı bir şekilde uyum sağlıyor. 2022 yılı içerisinde aslında bunun en büyük kanıtı hala yeni sayılabilecek "web3" "NFT" gibi kavramların oyun sektörü içerisinde olağan dışı adaptasyon hızını söyleyebiliriz. Bu değişimlerle de birlikte aslında her zaman yeni ve güncel kalmayı başarıyor. Bu durumda aslında her markanın ilgisini son derece yüksek oranda çekiyor. Hatta genel oyuncu toplemesinin de kalıcı olarak büyük bir şekilde değiştiğini söyleyebiliriz.

Gamer Arena olarak 2022 yılı bizim için de son derece hareketli geçti. Düzenlediğimiz 150+ turnuva, gerçekleşen 70.000+ düello ile oyunculara sevdikleri oyunlarda mücadele etme ve token kazanma imkanını sunmamızın dışında, kripto para birimimiz olan GAU Token'in yurt dışı borsalarında listelenmesinin de heyecanını yaşadık. 2023 yılı içerisinde hem platformun yurt dışı açılımlarını gerçekleştiriyor olacağız hem de 2023 Mart ayının sonuna kadar kendi mobil uygulamamızı çıkartıyor olacağız. Elbette GAU Token'in yurt dışı listelenmeleri de devam ediyor olacak. Heyecanımız son derece yüksek ve 2023 yılının çok güzel bir yıl olacağına inanıyoruz.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**TUNGA SANALP**  
JIB GAMES  
CEO & FOUNDER

Sektör için güzel haberlerle dolu ancak bir o kadar da ekonomik zorluklar yaşadığımız bir yılı geride bıraktık. Bununla birlikte birçok değerli oyun geliştiricisini/sanatçıyı da yurtdışına uğurlamak zorunda kaldık. Bunu öngörüp, işgücünün bu sektörün en önemli parametresi olduğunu bildiğimiz için JIB Akademi ile yeni mezunlara erişip oyun yapımcılığını tanıtmaya ve oyun geliştirmeye teşvik için çeşitli üniversiteler ile de işbirliği yaptık. Geliştirmeye devam ettiğimiz Polity'i ise pc ve mobil platformlara çıkarmış olarak 2022'yi tamamladık. 2023'e de play-testler ile başlamış olduk.

Polity'yi geliştirirken, sadece "başka bir oyun" yayınlamak yerine, ülkemize ve dünya genelinde oyun oynayan bireylere "eşit eğitim olanağı" sunmayı da amaçlamıştık. Bildiğiniz gibi sektörde geliştirilen neredeyse tüm ürünlerin kullanıcıya sunduğu değer eğlencedir. Jib Games olarak Polity ile yapmak istediğimiz şey ise oyuncunun entelektüel açıdan da gelişmesine yardımcı olmak. Bu konuda şu ana kadar yapılmış en başarılı projelerden Duolingo ve Udemy, bunu çok basit bir şekilde sadece arayüz kullanarak yapıyor ve başarılı. Biz tam da bunun benzerini kullanıcıya bir bağlam sunarak yapacağız ve bizim Polity dünyamızda yaratılmış konuya göre ortamlar ile kullanıcılara o konuyla ilgili akılda kalıcı deneyimler sunacağız.

Matematik dersindeki bir öğrencinin logaritma vb bir konuyu öğrenirken "bu benim hayatımda ne işe yarayacak" demesini sıkça duymuşuzdur. Aslında bu konuların öğretilme sebebi gerçek hayatta bir hesaplama yapacak olmamız değil, aksine bir konu üzerinden problem çözme metodlarını, gereçlerini öğrencinin beyninde "yeni bağlantılar kurularak" mümkün kılmaktır. Bu nöral bağlantılar sonradan hayatınızda ummadığınız problemleri çözmenizi sağlayacak ve sonuç olarak o an ne öğrendiğimiz değil, öğrendiklerimiz sayesinde sonrasında hangi metodları ve taktikleri geliştirdiğimiz önemli hale gelmiş olacak. Özetle Polity ile modern eğitimin ötesinde bu yeni modelleri ve deneyimleri oyuncularımıza sunmak istiyoruz.

Hangi sosyal networkün insanları daha depresif yaptığı hangisinin daha sınırlı yaptığı, hangi oyunun zararlı hangisinin zararsız olduğu tartışıla dursun bizler buna karşılık eğitim eğitim eğitim diyoruz. "Ben ne yapmak istediğinizi anlıyorum ve katkı sunmak istiyorum" diyen herkese de her zaman kapımız sonuna kadar açık.

Bu raporu hazırlayan başta Ozan Aydemir ve ekibine de teşekkürlerimizi sunuyorum. Tüm paydaşlara başarılarla dolu bir yıl diliyorum.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**FATİH YALÇIN**  
XDRIVE  
GENEL MÜDÜR

2022 yılı, oyun endüstrisi için çalkantılı bir yıldır. Dünya çapında 3 milyarı aşkın oyuncu tarafından yaklaşık 180 milyar dolarlık bir ciro sağlandı. 2022 yılını oyun endüstrisi için, iki yıllık pandemi kaynaklı büyümenin ardından düzeltici bir yıl olarak görüyorum. Oyun pazarı için pandemi öncesine baktığımızda, 2020-2021 yılları arasında elde edilen gelirler beklediğimizden daha yüksekken, 2022 yılı bu yıllara kıyasla daha sakin geçti. Bu durum oyun pazarı için bir gerileme gibi görülebilir, ancak 2020-2022 yılları arasında elde edilen toplam gelirler, pandemi öncesi tahmin edilenden neredeyse 43 milyar dolar daha yüksektir.

2023 yılı ise oyun endüstrisi için ilginç bir yıl olmayı vadediyor. Piyasadaki bu düzelleme sürecinin devam edeceği ve ufak rakamlarla bile olsa büyümenin sürecini düşünüyorum.

Şimdi xDrive markasına gelirsek: 1983 yılında temelleri atılan şirketimiz, 2016 yılında ürettiği ilk profesyonel oyuncu koltuğu ile Türkiye'de yeni bir sektör kurdu. Teknoloji, tecrübe ve ileri mühendisliğin ustaca buluşmasıyla ortaya çıkardığı xDrive markalı profesyonel oyuncu koltuklarını kullanıcıların beğenisine sundu ve kısa sürede ciddi satış oranlarına ulaştı. Bugün, oyuncu koltuğu pazarında %90 gibi ciddi bir satış oranıyla piyasayı domine etmeye devam etmektedir. xDrive markasını bugünlere getiren en önemli faktörler ürünlerinin kalitesi ve müşterilerine verdiği değer karşısında oluşan memnuniyettir.

Bilindiği üzere, insanlar hayatlarının en az 15 yılını oturarak geçirirler. xDrive, bu sürecin sağlıklı olarak sürdürülebilmesi için çalışma hayatına sağlık ve konfor odaklı koltuklar üretir. Tasarım sürecimizde, profesyonel oyuncular ve fizyoterapistlerden aldığımız geri bildirimler sayesinde, insan odaklı, insana değer veren, sağlığınıza ve verimliliğinizi koruyan ürünler geliştiriyoruz. Bizim için xDrive markasının "x"i insan demektir, biz insana değer veriyoruz.

Ülkemizde oyun ekosisteminin önde gelen aktörlerinden biri olarak, biz de gerek diğer paydaşlarla geliştirdiğimiz iş birlikleri kapsamında, gerekse xDrive çatısı altında gerçekleştirdiğimiz çalışmalarla, oyuncuları ve e-spor desteklemeye devam ediyoruz. 2016'dan bu yana, hem Türkiye'de hem yurtdışında geniş çaplı e-spor etkinliklerine dahil olduk. Yerli ve yabancı YouTuber ve yayıncıların desteklenmesini sağladık, e-spor temalı sinema filmine destek sağladık, e-millî takım sponsorluğu ve birçok e-spor etkinlik ve turnuvalarının ana sponsoru olduk. E-spor alanında destek ve yatırımlarımıza devam ederken, Türkiye'de oyun pazarındaki baskın lider konumumuzu sağlamlaştırmak aynı zamanda uluslararası yatırımlarımıza devam etmekteyiz. Zaten güçlü olduğumuz e-ticaretimizde de ciddi atılımlar yaptık. Almanya merkezli Avrupa operasyonumuzu güçlendirdik ve Amerika'ya çok yakında başlamak üzere olan operasyonumuzun altyapısını inşa ettik.

xDrive olarak, artan satış hacmimizi karşılamak için yatırımlarımıza da devam ediyoruz. Sakarya 2. OSB'de yaklaşık 20 bin metrekarelik alanda yer alması planlanan, 10 milyon dolarlık yatırımla yıllık 300.000 adedi aşan oyuncu koltuğu üretim kapasitesine sahip yüksek teknoloji fabrikamızın temelini 2023'ün son çeyreğinde atılması planlanmaktadır. Fabrikamız tamamlandığında, Avrupa ve MENA bölgesinin en büyük üreticisi olacağız ve global marka olma yolundaki ilerleyiş heyecanımızı sürdüreceğiz.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**BARIŞ ÖZİSTEK**  
BOĞAZIÇI VENTURES  
YÖNETİCİ ORTAK

Dünya önemli bir ekonomik krizden geçiyor ve daha önceki kriz dönemlerinde de olduğu gibi en az etkilenen sektörlerden biri oyun oldu. Milyarlarca insana özellikle mobil cihazlardan kolaylıkla erişilebilen ve çok ufak maliyetlere büyük bir eğlence sunan oyun sektörü 2022'de büyümesini sürdürdü, 2023 ve ilerisinde de güçlü bir büyüme göreceğimize eminim.

Hem oyun şirketlerinin yetkinliklerinin artması, hem kalitenin üst düzeye ulaşması hem de oyun oynanan yüksek performanslı mobil telefonların ve diğer ekipmanların ulaşılabilir maliyetlere kavuşmasıyla oyunun, diğer eğlence dikeylerini ezerek büyümesini sürdüreceğini düşünüyorum.

Türkiye ise oyunların oynandığı önemli bir pazar olmaktan, oyun üreten dünyanın en önemli merkezlerinden biri noktasına geldi. Bunun en önemli sebebi ülkedeki yeteneklerin bu alana akın ediyor olması. Farklı yetkinliklerin bir araya gelmesi ile birlikte başarılı oyun şirketleri ortaya çıkıyor. Artan global rekabet ile birlikte oyun şirketlerinin artık süper nitelikli ekiplere sahip olma zorunlulukları oluştu. Dolayısıyla yeteneklerin bu alana akın etmesi Türkiye için çok değerli. Çok daha güçlü ve rekabetçi oyun şirketlerinin Türkiye'den çıkacağına eminim.

Espor alanında ise gelişmenin yavaşladığını düşünüyorum. Pandeminin de etkisi oldu mutlaka fakat asıl konu halen esporun oyunlara ve markalara büyük katkı sağlamanın ötesinde güçlü bir finans modeli çıkarmamış olması. Markaların da esporu hala tam anlamadığını düşünmüyorum. Espora göre çok daha az izleyicisi olan alanlara daha büyük para harcamayı sürdürüyorlar. Aslında birçok marka için en doğru iletişim mecrası espor ve ilgili alanlar. 2023 ve sonrasında bu gerçeğin daha çok anlaşılacağına umuyorum.

Boğaziçi Ventures olarak, oyun bizim öncelikli yatırım alanlarımızdan. 2023 başı itibariyle Türkiye'nin ilk oyun ve teknoloji hisse senedi fonunu yatırımcılara sunmaktan dolayı mutluyuz. Bu sayede bir "Venture Capital" gibi yönetilen ama gelecek vadeden güçlü oyun ve teknoloji şirketlerinin hisselerini bünyesinde bulunduran fonumuz ile yıla güçlü bir giriş yaptık.



# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**İLHAN YILMAZ**  
MONSTER  
NOTEBOOK  
KURUCU VE CEO

Türkiye oyun sektörü, geçtiğimiz sene yeni rekorlara imza attı. Biz de Monster Notebook olarak müşterilerimizle ömür boyu kurduğumuz bağı bir adım daha ileriye taşıdık. Çeşitli turnuvalar, açılışlar, buluşmalar organize ettik. Semruk Games adını verdiğimiz yeni bir oyun stüdyosu kurduk. Fakat bizim için her şeyden değerlisi, kullanıcılarımızın olduğu her noktaya eğlence ve mutluluk taşımamız oldu.

Türkiye oyun sektörü rekorlarla ve başarılarla dolu bir yılı geride bıraktı. Geçtiğimiz sene 437 milyon dolar yatırım alan sektör, tüm zamanların rekorunu kırdı ve aldığı yatırımların miktarı bakımından dünya 4.sü oldu. Oyun ekosisteminin her noktasında yer almayı hedefleyen bir marka olarak 2022 bizim için son derece yoğun geçti. Müşterilerimizle ömür boyu kurduğumuz bağı daha da sağlamlaştırmak adına önemli projelere imza attık.

2022'de, Intel, Microsoft ve NVIDIA gibi dünya devleriyle iş birliklerimizi geliştirdik. Bu ortak çalışmalarla bir örnek olarak, Intel Monsters Reloaded 2022 turnuvasından bahsedebiliriz. Turnuva dört ay sürdü ve oyun severlerden büyük ilgi gördü. Uluslararası takımların ve katılımcıların da yer aldığı Intel Monsters Reloaded 2022, yıl sonunda gerçekleştirdiğimiz muhteşem bir final etkinliğiyle sona erdi.

2022 yılı son çeyreğinde, "Çocukların Korkmadığı Tek Canavar" reklam filmimizi yayınladık. Bu filmle aslında yıllardır kendimize sakladığımız bir hikâyeyi herkesle paylaşmış olduk. Monster Notebook olarak, bilgisayarlar, aksesuarlar ve oyuncu monitörlerimizle çok sayıda insana dokunurken bizim için kullanıcılarımızın mutluluğunun dünyanın en büyük teknoloji şirketleri arasında yer almaktan bile daha önemli olduğunu ifade ettik. Bizim açımızdan 2022'den kalan en değerli birikimin bu olduğunu düşünüyorum.

Müşterilerimizle olan fiziksel buluşmalarımızı daha da artırabilmek adına yıl içerisinde birçok buluşma etkinliği gerçekleştirdik ve 2023'te bunları daha da artırmayı hedefliyoruz. Oyun dünyasındaki varlığımızı geniş bir ekosistem kurarak büyültmeye çalışıyoruz. Çok iyi bildiğimiz oyun işini, Semruk Games'i kurarak bir adım daha ileriye taşıdık. Oyun üretimine mobil oyunlarla başladığımız stüdyomuzda, yakında PC ve konsol oyunları üretmeyi planlıyoruz.

Monster Notebook olarak Türkiye'den çıkan bir dünya markası olma vizyonumuz doğrultusunda yurt dışı faaliyetlerimizi geliştirmeye devam ediyoruz. Lefkoşa'daki mağazamızla Kıbrıs'ta faaliyet gösteriyoruz. Dubai'deki operasyonlarımızla Suudi Arabistan, Kuveyt, Mısır gibi ülkelere açılıyor. Avrupa kapsamındaki operasyonlarımızı Berlin'in en merkezi bölgesindeki Alexandreplatz meydanında bulunan mağazamızdan yönetiyoruz. Berlin mağazamız Avrupa'nın en büyük oyun deneyim mağazası olarak faaliyet gösteriyor. Bununla birlikte İngiltere ofisimiz de çalışmalarımıza aralıksız devam ediyor.

2023 yılı ekonomik veriler açısından zor bir yıl olarak öngörülmesine rağmen Türkiye'de ve dünyada oyun sektörünün büyümeye devam edecek nadir sektörlerden biri olacağına inanıyorum.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**MURAT KAHRAMAN**  
GAME FACTORY  
CO-FOUNDER

2022 yılında, geçtiğimiz yıllara göre biraz daha yavaşlayarak da olsa, oyun sektörü büyümeye devam etti Türkiye'de. Yatırımlar olarak oyun yatırımlarına baktığımız zaman Avrupa 1.'liğini İngiltere'ye kaptırmamıza ve global olarak yatırımlarda ciddi bir düşüş görülmesine rağmen, yatırım hacmi büyümeye devam etti ve oyun Türkiye'nin lider sektörü olmaya devam etti.

Game Factory olarak da 2022 yılında programlarımıza devam ettik. Google ile beraber gerçekleştirdiğimiz Game Factory Booster hızlandırma programlarından 28 stüdyomuz mezun oldu. Yatırım olarak da 8 yeni yatırıma aracılık ederek toplam yatırım sayımızı 25'e çıkardık. 2023 yılında sektör olarak daha çok ayakta kalmaya çalışacağımız bir yıl bizi bekliyor. İş modellerinde farklılıklar göreceğiz. Özellikle mobil sektörde yayıncıların modellerini ciddi şekilde değiştirmesini bekliyoruz. Bağımsız stüdyolar tarafında ise en önemli konu yine fonlama olacak. Daha fazla stüdyonun self-publishing yapmaya yönelmesinden dolayı farklı uzmanlıklarda arkadaşlara ihtiyaç duyacağız. Growth ve monetization tarafında yetenek havuzumuzda ciddi eksiklikler var.

Bunun yanı sıra web3 tarafında da öne çıkan projeler bizi bekliyor. 2023 yılında paraya ulaşmak daha zor olacağı için maliyet ve karlılık konularında kendini yeterince geliştiremeyen stüdyoları zor günler bekleyecek ve bu konuları daha iyi yönetebilenler başarılı olacak.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**DR. ÇAĞLA GÜL  
ŞENKARDEŞ**

BOĞAZIÇI VENTURES  
İSTANBUL BİLGİ  
ÜNİVERSİTESİ

Oyun ekosisteminde kadın üretici ve tüketicilerin nispeten az oluşu, sektöre kapsayıcılık bağlamında bakanların uzun yıllardır gündeminde olan bir konu. Akademide de çokça çalışmalara konu olmuş olan kapsayıcılık, hem ön yargılar ve kabuller, hem de oyun tasarımları ve içeriklerindeki maskülen yapı üzerinden tartışılmaktadır. Güzel haber ise son yıllarda kadınların oyun oynamak konusunda algısının değiştiği ve kadın oyun tasarımcılarının sayısının arttığı yönünde. 2021 yılında yapılan bir araştırmada, 2014'ten 2021'e kadar var olan oyun geliştiricilerinin cinsiyet dağılımı incelendiğinde üretim tarafında 7 sene içerisinde kadın oranında %8 artış olduğu görülüyor. (IGDA, 2021) Tabii bunun yanı sıra aslında daha çok erkeklere hitap ettiği düşünülen Assassin's Creed, FIFA, HALO ve Far Cry gibi oyunların geliştirici ekiplerinde birçok kadın bulunmakta. Tüketim tarafında da istatistikler umut verici. Entertainment Software Association'ın 2021 yılı itibarıyla yapmış olduğu bir araştırmada 2006 ve 2022 yılları arasında, 16 yıl içerisinde, oyun oynayan kişiler içerisinde kadınların oranı %10 artmış durumda. Tabii bu verilerin bir de kültürel dinamiklere bağlı değişimi gerçeği var. Örneğin, Fransa'da kadın oyuncular rekabet arıyorken, Tayvan'da kadınlar başarı ve sosyal nedenlerle oyun oynuyor, Amerika'da ise kadınlar sosyal olarak meşgul olmak ve ilişkileri sürdürmek için oyun oynuyorlar.

Ve tabii artık hayatımızda Web 3.0 ve oyunlaştırılmış bir dünya da var. Blokzincir tabanlı oyunlar ve metaverse platformları oyun üretici ve tüketicisi kadınların sayısının artmasını ivmelenme potansiyeline sahip. Yeni yeni ivmelenmeye başlayan Metaverse platformları ve blokzincir tabanlı oyunlar belki de daha kapsayıcı tasarımlar ve deneyim alternatifleri ile geldiğinden cinsiyetler dikeyindeki bu oranların birbirine yaklaşma hızı da artacaktır.

Tüm bu olumlu gelişmeleri 2022 yılı raporuna keyifle bırakırken, son mesajımı "kapsayıcı bir oyun ekosistemi vizyonunu kendi akışına bırakmak yerine, küresel ve lokal bu alanda çalışan STK ve platformları destekleyerek kapsayıcılığı, oyun endüstrisinin yatırımcı ve girişimcilerinin ajandasında ön sıralara yerleştirmek için farkındalığı artırmaya devam etmeliyiz" şeklinde paylaşmak isterim.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**MERİÇ ERYÜREK**  
GAMING İSTANBUL  
INDIEWAY  
UPGRADE  
ENTERTAINMENT B.V.  
VARDİYA  
KURUCU ORTAK

BAHÇEŞEHİR  
ÜNİVERSİTESİ  
BUĞLAB  
NİŞANTAŞI  
ÜNİVERSİTESİ  
İSTİNYE  
ÜNİVERSİTESİ  
ÖĞRETİM GÖREVLİSİ

Türkiye oyun sektörü 2022'de bir U dönüşü yaşadı ve bu dönüşün sevindirici sonuçlarını almaya başladık. Metaforik bir örnekle, mobil oyun geliştirme firmalarının medyatik yükselişleriyle tetiklenen ve 'altına hücum' adını verdiğimiz yarı yapay hareketlilik, sektörün olgunlaşması ve bazı segmentlerin satüre olmasıyla yavaşladı ve 2022 sonunda iyi donanımlı ekipler, iyi tasarlanmış projelerle gerçek altın 'çıkarmaya' başladılar. Bu belki yıl sonu kapanış tablolarına çok pozitif yansımayacak, ama Türkiye oyun sektörünün gelecek 10-20 yılına çok ciddi ivme getirecek bir gelişmeydi.

Gaming İstanbul'da geçtiğimiz yıllarda yaklaşık yüz indie oyun başvurusu alırken ve otuz altı ekibe yer verirken, bu yıl başvuru sayısı iki yüz elliye ve Indieway'de İstanbul Büyükşehir Belediyesi sponsorluğuyla yer verebildiğimiz indie ekip sayısı da elliye geçti. Gelecek iki yılda bu ekiplerin geliştirdiği oyunlar PC ve konsol sektöründe başarıyla yakalamaya başlayacaklar.

Türkiye'nin ucuz iş gücü sağlayıcısı değil, kaliteli oyunlar üreten global bir oyuncu haline gelmesi için birlikte çalışan herkesin ve elbette vizyoner genç ekiplerimizin, profesyonellerimizin, üniversitelerimizin, yatırımcılarımızın eseri bu.

Global pazarda oyun geliştirme iki farklı konsepte ayrılmış durumda: Yüksek bütçelerle çalışılan dev projeler ve küçük, yaratıcı ekiplerin düşük bütçeler ve idealist traksiyonlarla ürettiği, finansal anlamda bütçe / performans beklentilerini fazlasıyla aşan etkileyici, orta ölçekli projeler.

Bence Türkiye, genç ve yaratıcı iş gücü, oyunu iyi bilen ve dinamikleri iyi okuyan üst ve orta kademe yönetici desteği, vizyoner yatırımcı bakışıyla globalde ikinci konseptin en büyük oyuncularından biri haline gelebilir. Bu hedefe yönelik çalışmak ilk önceliğimiz olmak zorunda, çünkü diğer kulvarda yarışmamıza en az on yıl var.

Oyun ve espor, bilinçli yaratılan büyük hype'in getirdiği etkilerden kurtuluyor ve iki sektör de rafineleşiyor. Bu, pazarda oyunu ve esporu tanıyan ekiplerin yükselişini destekleyecek bir trend. Bu trendi takip etmek ve dalganın üzerinde kalmak için yapmamız gereken şey, özellikle eğitimi ve üniversiteleri desteklemek. Üçüncü jenerasyon oyun geliştiriciler, esporcular, yan hizmet profesyonelleri artık global ağı bir parçası, ve sektörün deneyimli elementleri olarak bu kitlenin ilerlemesini hızlandırmak ilk hedefimiz olmalı.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**İLKER KARDEŞ**  
ESPORTS360  
BRAND  
COMMUNICATIONS  
MANAGER

Son 2 yılda hayatımızdaki çoğu alışkanlığımızı değiştiren pandemi etkisi, bize yeni normalleri öğrenmeyi ve onlara adapte olmayı öğretti. eSports360 olarak, 2020-2022 aralığında normale oranla neredeyse bütün turnuvalarımızı ve canlı yayın projelerimizi online'a taşıdık. Bu süreçte Türkiye ve MENA bölgesinin en prestijli PUBG ligi PROTALITY SERIES'i ortaya çıkarttık. Yetmedi PROTALITY kendini aştı ve EMEA kapsamında PROTALITY DROPSTARS adı ile 4.000.000 Dolar ödül havuzuna sahip PUBG Global Championship içerisinde mücadele eden dünyanın ünlü Avrupa PUBG takımlarını da davet ettiğimiz, ülke sınırlarını aşarak Türkçe dahil 5 farklı dilde canlı yayınları yapılan bir şovunu oluşturduk. PROTALITY DROPSTARS, 18 milyondan fazla kişiye ulaşarak PROTALITY tarihinin en güçlü etkinliği haline geldi. Hakkını yemeden, bu sürecin başından beri bizimle hareket eden KRAFTON ve PUBG Esports ekiplerinden de burada bahsetmem gerekiyor.

Son 2 yılda yaptıklarımıza bakarak geçmiş yıllara göre daha rekabetçi, daha odaklı, daha kreatif şeyler ürettiğimizi görüyorum. Kendimden başlayarak bunun ana sebebinin müthiş bir odaklanma kazanmamız olduğunu düşünüyorum. Yüklerden kurtulmayı ve odaklanmayı öğrendik. Hayatta kalmak bunu gerektiriyorsa önümüzdeki dönemde de bu alışkanlıkları kaybetmeden, daha da güçlenmeye, öldürmeyen şeyin seni nasıl bir canavara dönüştüreceğini görmeye odaklanacağız.

Bu dönüşümde online dünyadan biraz olsun uzaklaşıp geldiğimiz yere, offline'a, sahalara hatta sahnelere geri döneceğiz. Heyecanlı oyun fuarları ve etkinliklerin hayatımızdaki yerini hepimiz çok iyi biliyoruz ve geri dönmek hepimize iyi gelecek. Buradan "PROTALITY OFFLINE EVENT YAPACAKMIŞ!!!" diye bir anons yapmıyorum elbette, lakin neden olmasın. :)

Bu konu haricinde "gaming" ve "esports" olarak son 2 yılda yaşanan hızlı değişimin etkilerinin daha da azaldığı, ekonomik olarak farklı beklenti ve aşamaların ortaya çıkacağı bir 2023 bekliyorum.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**UMUT ERSARAÇ**  
AWS FOR GAMES  
MENA & TURKEY  
SENIOR BUSINESS  
DEVELOPMENT  
MANAGER

2022 yılında Türk oyun şirketleri, hem Avrupa'da hem de Kuzey Amerika'da yatırım ve piyasaya sürülen oyunlar açısından başarı elde etti. Türkiye'de ayrıca oyun odaklı yatırımcıların sayısında artışın yanı sıra bölgedeki kuluçka merkezlerinde de hızlanma görüldü. Bunlara ek olarak stüdyolar, hyper-casual oyunlara kıyasla hybrid-casual oyun projelerinin geliştirilmesine odaklandılar ve oyunları için Web3, metaverse ve blockchain teknolojilerini göz önünde bulundurmaya devam ettiler.

Günümüzde oyun geliştiricileri, oyun yayıncıları ve oyun sektörünü destekleyen hemen hemen her şirket, bulut teknolojileri sayesinde dünyadaki her pazara hızlı ve etkili bir şekilde ulaşabiliyor. AWS for Games olarak tüm oyun geliştiricilerine ulaşmak, yatırımcılarla, oyun endüstrisini destekleyen hızlandırma programlarıyla ve kuluçka merkezleriyle iş birliği yapmak ve yeni teknolojileri onlara anında sunmak için çalışıyoruz. AWS for Games, geliştiricilerin oyunlarını oluşturmalarına, çalıştırmalarına ve büyütmelerine yardımcı olmak için AWS hizmetlerinden, AWS çözümlerinden ve AWS Çözüm Ortaklarından faydalanarak amaca yönelik oyun geliştirme becerilerine destek oluyor.

İleriye baktığımızda, Türkiye'deki oyun müşterilerimizin 2023 yılında PC ve konsol oyunlarına odaklandığını ve giderek daha çok bağımsız stüdyonun buluta yöneldiğini ve buna ek olarak büyük Türk stüdyoları ve yayıncılarının da hem bölgesel hem de küresel başarı elde eden mobil oyunlar geliştirmeye devam edeceklerini görüyoruz

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**LALE ERGİN**  
ESA ESPORTS &  
MEDIA  
KURUCU ORTAK VE  
CEO

Yeni nesil eğlence anlayışının en temel taşlarından olan video oyunları ve espor pazarı, 2022 yılında da hem dünyada hem de Türkiye'de hızlı büyüme ivmesini devam ettirdi. Global çapta espor takipçilerinin artmasındaki en önemli faktörler, VALORANT gibi popüler espor oyunlarının imtiyazlı (franchise) ligler ile büyümesi, Mobile Legends: Bang Bang, Wild Rift gibi mobil oyunların bölge ligleri sayesinde farklı pazarlara yayılması ve özellikle gelişmekte olan coğrafyalarda espora olan ilginin giderek artması olarak özetlenebilir.

2023 yılı ve sonrasına ilişkin de sektörün hızla büyümeye devam edeceğine inanıyorum. Espor ve video oyunları içerik sektörünün giderek popüler kültürün bir parçası haline gelmesi, profesyonel oyuncuların ve takımların çok izlenen ve takip edilen yayıncılara dönüşmesi, bunun getirdiği popülerlik ve takipçi artışı, gelecekte de espora sadece maç ve turnuva izletmenin çok ötesinde bir potansiyel vadediyor. Bu kapsamda da espora yapılan yatırımların da hızlı bir şekilde büyüyeceğini öngörmek mümkün.

ESA Esports ve Media olarak 2022 yılını çok başarılı bir büyüme ile kapattık. Sektörde bugüne kadar yapılmış en kurumsal liglerden birisi olan VALORANT Türkiye Bölge Ligi'nin ilkinin 2022 yılı içerisinde son derece başarılı bir performans ile tamamladık. Türkiye, içerisinde bulunduğu EMEA bölgesinde açık ara en çok izlenen lig olma başarısını gösterdi. Ligde iş birliği yaptığımız dünya çapındaki markaların da desteği ile örnek gösterilen bir performansa hep birlikte imza attık. VALORANT Dünya Şampiyonası'nın 2022 yılında İstanbul'da yapılmış olması da elbette bir tesadüf değil, Türkiye'nin espor alanındaki potansiyelini gösteren çok önemli bir işaret.

ESA olarak bundan sonrası için de amacımız, oyun şirketleri ile yakın ilişkilerimizi devam ettirerek Türkiye'de yapılan en kaliteli, en eğlenceli ve rekabetçi, markalı lig ve turnuva serilerine imza atmak, yönettiğimiz dijital kanallarda yaptığımız yayınlar ile espor sevenlere keyifli anlar yaşatmak. Bunun yanı sıra hedefimiz, sadece bir espor organizasyon firması olarak kalmayarak "oyun popüler kültürü'nün bir parçası olan her türlü kaliteli içeriği üretmek, hayata geçirdiğimiz aktivite ve organizasyonlar ile gerek ESA Espor Arena'da fiziksel, gerekse online olarak video oyunları tutkunlarına benzersiz deneyimler yaşatmak.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



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

Oyun ve e-spor kavramlarının arasındaki ayırım, bu sene, sanılanın aksine zayıfladı. Bu ayırım bana hep daha çok pazarlama aracı özelinde bir segment çalışması gibi geliyordu. Bu sene yaptığım çalışmalarda ve takip ettiğim etkinliklerde, bu ayırımın gerekli olmadığı görüşüm pekişti. TESFED'in statüsünün yayınlanması ile bu durumun önümüzdeki dönemde daha çok gündeme gelmesini ve netleşmesini umuyorum. 2022 diğer yanı sıra oyun dünyasının blok zinciri, IDO, launchpad'ler, DeFi, metaverse, GameFi, Web3, NFT gibi yeni teknoloji ve ürünlere daha çok temas ettiği, oyunun bu teknolojilerle entegrasyon yönünün kuvvet kazandığı bir dönemdi. Mobilde yaşanan gelişmeler son bir sene boyunca çok daha fazla telif hakkı tartışması yaşamamıza yol açtı.

Platformların bu konuda daha hızlı ve daha makul çözümler üretmesine ihtiyaç olduğunu düşünüyorum. Bu mümkün olmazsa sektör kendi iç uyumsuzluk çözüm mekanizmalarına odaklanabilir. TESFED burada önemli bir adres olabilir. Bizim için bir diğer şans ise yakında yayınlanmasını beklediğimiz "Dijital Oyun Evreni" kitabının "Dijital Oyun Davaları" bölümünü yazarak, oyunlara özel dava ve uyumsuzlukları toplu halde inceleme ve yazma fırsatı bulmamız oldu.

Daha önce olduğu gibi bu sene de oyun sektöründe çok sayıda yatırım sözleşmesini tamamlamış olmaktan ötürü ise ayrıca mutluyuz. 2022'nin tartışma ve gelişmelerinin, 2023'ün ikinci yarısında oyunlar bazında daha fazla girişimi, yatırımı, başarıyı, ürünü ve çözümü somut olarak ortaya koyacağını umuyor ve buna inanıyoruz.



# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**ARDA GENÇ**  
LIVAD  
TECHNOLOGIES  
FOUNDER & CEO

2022 yılında Metaverse kavramı markaların ve pazarlama ajanslarının gündemlerinden düşmedi. Markalar, internetin geleceği olarak görülen sanal dünyalarda kullanıcılara keyifli ve yenilikçi deneyimler yaşatmanın yollarını ararken, henüz somutlaşmamış Metaverse fikrinin günümüzdeki yansıması olan oyunlarda yapılan pazarlama çalışmaları, ciddi bir momentum kazandı. Oyun-içi reklamların programatik hale gelmesiyle sanal reklam panoları standart medya planlarında yer bulmaya başlarken, birçok marka sanal dünyalarda markalaşmış aktivasyonlar gerçekleştirdi. Sosyal medyadan sonra sıradaki büyük pazarlama fırsatının oyunlar olduğu, sektörde kabul edilen bir gerçek haline geldi. Espor kitlesi ise her geçen yıl olduğu gibi büyümeye ve kültürün giderek daha önemli bir parçası olmaya devam etti. Metaverse heyecanı şimdilik zirvesini geride bırakmış gibi görünse de oyunlar tarafında oluşturduğu farkındalık kalıcı olacağı benziyor. Oyun oynayan, izleyen, konuşan toplulukları anlayan, benimseyen, ve onların dilini konuşmayı başaran markalar Z kuşağını kazanmaya devam edecektir. Geleneksel medya alışkanlıklarında takılı kalıp tek yönlü bir iletişim sürdürmeye çalışan markalarsa yeni kuşaklarda pozitif bir algı oluşturmakta zorlanacaktır.

2022 yılının sonunda ise yapay zeka temelli sohbet robotu chatGPT halka açıldı ve yapabildikleri bir çok kullanıcıyı şaşkınlığa uğrattı. Yapay zekanın yaratıcı gücü ilk kez böylece erişilebilir hale gelip büyük kitleler tarafından deneyimlenmiş oldu. 2023 yılında yapay zekanın, hem ana akım medyaya hem de oyun ve pazarlama dünyasına, bir bakıma Metaverse'ün 2022 deki yerini alarak, damga vuracağını öngörüyorum. Yapay zeka sayesinde oyun geliştirmenin önündeki teknik gerekliliklerin azalmasıyla, oyun seçeneklerinin artacağını tahmin ediyorum. Bununla birlikte hikaye ve oyun deneyimi önemini koruyacak olurken, artan rekabette öne çıkabilmek için oyun geliştiricileri yeni pazarlama kanalları arayacaktır.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**ZAFER YILMAZ**  
OYUN VE ESPOR  
UZMANI  
GİRİŞİMCİ

2022'de oyun endüstrisi ve espor önemli bir büyüme yaşamaya devam etti. Pek çok kişinin evde daha fazla vakit geçirmesine neden olan COVID-19 pandemisi de bu büyümeye büyük olasılıkla katkıda bulundu. İnsanlar karantina sırasında bir eğlence ve sosyalleşme biçimi olarak profesyonel ya da zaman geçirme amaçlı oyun oynamaya yöneldi. Özellikle mobil oyun sektörü tam bir patlama dönemi yaşamaya devam ederken, bu artan ilgiyle birlikte büyük oyun şirketleri nispeten olgunlaşmış ve potansiyeli yüksek şirketlere yatırımlar yaptı. Ülkemizde de çok önemli ve büyük yatırım süreçlerine şahit olduk. Ancak ilerleyen dönemde özellikle Hiper Basit (Hyper Casual) oyunlara ilginin azalacağını düşünüyorum. Daha oturaklı ve kullanıcı kitlesi olgunlaşmış oyun şirketlerine ilgi daha fazla olacaktır.

2023'te oyun endüstrisinin ve esporun, teknolojideki ilerlemeler ve artan yatırımlarla birlikte büyümeye devam edeceğini düşünüyorum. Sanal ve artırılmış gerçeklikle birlikte metaverse kavramlarının oyun endüstrisinde daha yaygın hale gelmesi ve diğer içerik oluşturma biçimlerinin espor endüstrisinde giderek daha önemli hale gelmesi beklenebilir. Mobil oyunların artan popülaritesi ve Google Play ve App Store'a alternatif ödeme yöntemleri eklenmesi ile daha fazla kişinin oyunlara ulaşması sektördeki büyümeyi hızlandıracaktır.

Giderek daha fazla insan bu alanlarla ilgilenmeye başladıkça oyun endüstrisi ve espor daha yaygın ve erişilebilir hale gelecek. Özellikle mobil oyunlar bu alanda öncü olacak ve mobil tarafta eğlence, rekabet, içerik vb. alanlarda yeni girişimler göreceğiz. Bunu özellikle, medya ve eğlence, eğitim, sağlık vb. gibi çeşitli farklı ve benzer sektörlerde eş-zamanlı olarak görebileceğimizi düşünüyorum.

Genel olarak, oyun endüstrisinin ve esporun, mobil oyunların artan popülaritesi, teknolojideki ilerlemeler ve artan yatırımlar gibi çeşitli faktörlerin de etkisiyle önümüzdeki yıllarda önemli bir büyüme yaşamaya devam etmesini bekliyorum. Pandemi etkisi ile artan ilgi, ekonomik zorlukların boy göstermesiyle birlikte büyümeyi yavaşlatacak olsa da, ekosistemdeki tüm paydaşlar için verimli geçmeye devam edecektir.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**ÖMER SUNER**  
OZAN SUPERAPP  
CEO

Ozan SuperApp'in ortaya çıkış hikayesinin en önemli parçası olan oyuncuları içerisinde barındıran oyun sektörü, 2022 yılında 200 milyar dolarlık global pazar büyüklüğüne yaklaştı ve beklenilenin de üzerinde bir büyüme gösterdi. Bu büyümenin bir parçası ve paydaşı olarak biz de 4.5 kat büyüdük ve hem kullanıcı havuzumuzu hem de finansal hacmimizi genişlettik.

Oyunculara dokunmanın ve onlarla aynı dilde iletişim kurmanın avantajını yaşadığımız çok güzel bir yıl geçirdik. Oyuncularla sadece konuşmanın yeterli olmadığını bilerek, global olarak yaşadığımız finansal dar boğaz ve enflasyona karşı onların hayatını kolaylaştıracak adımlar attık. Oyuncuların ve profesyonel esporcuların finansal hayatlarını kolaylaştırabilmek için PSN, Xbox ve Steam platformlarında yapılan alışverişlere cashback avantajı sunarak oyuncuların yanında olduğumuzu gösterdik. Oyun kategorisinde sunduğumuz oyun kodlarında hem en avantajlı fiyatı verdik hem de bu alışverişlerde de cashback avantajı sunduk.

Oyun demek, topluluk demek. Biz de bu topluluğun önemli bir paydaşı olmak adına 2023 yılında da fark yaratmaya, oyuncularla daha çok konuşmaya ve hayatlarına değer katmaya devam edeceğiz. Ozan SuperApp olarak Tüm Gaming in Turkey ailesinin yeni yılını kutluyor, yıllarca başarıyla sürdürdükleri bu rapor sayesinde de tüm oyunculara ve ekosisteme başarılarla dolu bir yıl diliyoruz.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**HARUN YILDIZ**  
KODOBUR  
GENEL MÜDÜR

Pandeminin oyun sektörü üzerindeki “boost” etkisinden sonra 2022, biraz daha taşların yerine oturduğu bir sene oldu. Mobil platformdaki daralma ve bunun market büyüklüğüne olan negatif etkisi, sektör dinamiklerinin kendi dengesini bulmasına yardımcı oldu. Firmaların 2022 verilerinden daha doğru çıkarımlar ve projeksiyonlar yapacağı kanaatindeyim.

Ülkemizde yaşanan ekonomik kriz ve bunun yol açtığı TL değer kaybı ise, katma değeri yüksek ithalat yapan firmalara güzel fırsatlar sundu. Küçük büyük birçok oyun firmamız da bu fırsatı oldukça güzel kullandı. Şirket olarak ana odağımız konsol ve PC platformları. Bu açıdan 2022'ye baktığımızda özellikle PC tarafında oldukça kaliteli oyunların yayınlandığını ya da tohumlarının atıldığını gördük. Pandemiyle farkettiğimiz “evden de üretken olabilme” yetilerimizle, artık ofis olmadan hatta şirket bile olmadan 2-3 kişilik arkadaş gruplarının kayda değer oyunlar çıkarabildiğini gördük. Bu sayıların ve ürün kalitesinin her yıl daha da artacağını düşünüyorum.

Edtech'ten oyun dünyasına girmiş biri olarak fark ettiğim noktalardan biri de şu oldu; bildiğiniz üzere firmalarımızın gelirlerinin ve fonlarının %99 yurtdışı kaynaklı. Müşterilerin dünya geneline yayılması, firmalar arasında rekabetten ziyade birlikteliklere ve bilgi paylaşımlarına imkan veriyor. Bunu sektör olarak büyümemiz için oldukça değerli buluyorum.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**ASLI KARABULUT**  
ROVIO  
SR. PRODUCT  
MARKETING  
MANAGER

2022 oyun sektörü için oldukça çalkantılı bir yıl oldu. Oyunlara olan talep tüm zamanların en yüksek seviyesindeydi ve mobil oyun indirme sayılarında bir artış söz konusuydu. Ancak yine bu yıl, oyun içi satın alma harcamalarında ve genel olarak mobil oyun gelirlerinde bir düşüş olduğunu gördük. Mobil oyun gelirlerinin bu yılki düşüşüne katkıda bulunan iki ana faktör var. Birincisi; küresel ölçekte insanların harcanabilir gelirinin enflasyon tarafından giderek daha fazla baskı alması nedeniyle, mobil oyunlara yapılan harcamaların tüketicilerin öncelikleri arasında geri sıraya düşmesi. Diğeri ise özellikle iOS platformunda gördüğümüz mobil oyunları ölçeklendirmeyi oldukça zorlaştıran “gizlilik” değişiklikleri oldu.

Mobil oyunlar için “değerli” oyuncuları tanımlama ve izleme konusundaki kısıtlamalar, mobil oyun geliştiricileri, yayıncılar ve reklam verenler için zorluklara neden olmaya devam ediyor. Bu gizlilik politikalarındaki değişikliğin yakın gelecekte Google Play’i de etkilemesini bekliyoruz. Bu noktada; 2023 ve sonrasında, oyunlarını geliştirirken oyuncuyu odak noktasına alan, kullanıcı deneyimi ile oyun içi deneyimi eşleyen ve oyunun yaşam döngüsü boyunca çeşitli testler / yöntemler ile pazar-ürün uygunluğunu ölçümleyen mobil oyun geliştiricileri ile oyunlarının daha geniş kitlelere ulaşması için farklı kaldıraçlardan yararlanan yayıncıların, diğerlerinden bir adım önde olacağına inanıyorum. Şimdiden mobil oyun geliştiricileri ile yayıncıların odak noktalarının hedef kitle araştırmaları, pazarlanabilirlik testleri ve geniş bir pazarlama karması kullanımına doğru kaymaya başladığını görüyoruz. Buna ek olarak, mobil oyun yayıncıları uzun bir aradan sonra, daha geniş hedef kitlelere ulaşmak ve onları “oyuncu” haline getirmek için, yine fikri mülkiyet yani IP’leri bir kaldıraç olarak kullanmaya başladılar.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**ALİ BARUTÇUOĞLU**  
LOCPICK  
CO-FOUNDER  
& CEO

2022 yılı ekonomik açıdan dünyayı ve ülkemizi zorlayan bir yıl olsa da oyun yerelleştirmeye yapılan yatırımların hız kesmeden devam ettiğini gözlemledik. Hatta Türkçe oyun yerelleştirme özelinde bakarsak, daha küçük ölçekli firmaların da artık Türkiye pazarına yatırım yaptığını görüyoruz.

Bunun en büyük ve en çok konuşulan örneklerinden biri, bu sene LoCPick olarak Türkçe yerelleştirmesini tamamladığımız Disco Elysium oldu. Toplamda 1,2 milyon kelime içeren, hikâye ağırlıklı bir rol yapma oyununun tamamen Türkçe olarak oyunculara sunulabileceğine bundan birkaç sene önce ihtimal bile verilmezdi. Gerçekten de Türkçe yerelleştirmeye sahip oyunlara baktığımızda genellikle çevrimiçi rekabetçi oyunlar ve bazı dünya devi yayımcıların oyunları karşımıza çıkmaktaydı.

Disco Elysium bu kategorilerin tamamen dışında olsa da oyunun yayıncısı ZA/UM Türkiye pazarına bu yatırımı yapma kararı aldı. 9 ay boyunca projenin ilerleyişini paylaştığımız günlüklere ve tabii ki bu süreçte oyunun kendisine gösterilen ilgi olağanüstüydü. Böylece bir kez daha ülkemizdeki oyuncuların farklı tarzlarda oyunları kendi dillerinde oynamaya ne kadar aç olduğunu gördük.

Bu mihenk taşı projenin başka projelerin de önünü açacağına hiç şüphemiz yok.

Bu sene alışık olduğumuz türlerin dışında bir oyun için Türkçe yerelleştirme çalışmalarını başlatan tek firma ZA/UM değildi; ancak gizlilik anlaşmalarımız nedeniyle bu projelerin hepsinden bahsedemiyoruz. 2023'te heyecan verici haberlerimiz olacak!

Öte yandan profesyonel oyun yerelleştirmenin öneminin farkında olan yerli oyun geliştiricilerimizle de dolu dolu bir yıl geçirdik. Birçok farklı dile yerelleştirmesini gerçekleştirdiğimiz yepyeni yerli oyunlar da 2023 yılı içinde tüm dünyadan oyuncularla buluşacak.

Şu anda oyunlarını geliştirmeye devam eden tüm ekiplere bol şans diliyoruz. Yerelleştirme ve farklı pazarlara açılmayla ilgili sorularınız olduğunda bir mesaj kadar yakınınızdayız!

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**BURAK GÜVEN  
AKMENEK**  
FRAGTIST.COM &  
FİBER PR KURUCU  
OYUN YAPIMCISI

Bundan on yıllar önce oyun dünyasının bu hale geleceğini kime söyleseler inanmazdı. Bir zamanların kumar makinesiyle eş tutulan arcade makinelerinden, global e-spor turnuvalarına kadar geldik. 2023 yılı artık oyunla sinema dünyasının daha da iç içe girdiği bir yıl olacak. Bu sektöre girmemin tek sebebi eğlenmekti. Ama sektörün durmadan yenilenmesi ve asla monotonlaşmaması beni burada tuttu. İnsanın sevdiği işi yapması büyük bir zevk.

Gelecek yıllarda gelişen donanımla ve yazılım alt yapılarıyla beraber nice maceralar bizi bekliyor. Mobil oyunculuk bambaşka kapılar açtı. 2023'te COVID'den dolayı ertelenen birçok oyunu oynayacağımız için çok heyecanlıyım. Oyunlar sadece mobil tarafta değil PC tarafında da farklı oyun mekanikleriyle beraber değişmeye devam ediyor. Özellikle mobil taraftaki mekaniklerin PC tarafında da görülmesi son derece normal. Sonuçta talep olduğu sürece arz tarafındaki üretim devam edecektir. Sinema ve dizi hatta animasyon dünyasıyla oyun dünyasının daha da iç içe girmeye başlaması ise buradaki değişimin en büyük göstergesi. Oyun yapımında artık devasa hale gelen üretim bütçelerini ise özellikle büyük firmalar için büyük bir risk olarak görüyorum.

Indie firmaların yükselişi devam edecek ama arada büyük firmalarla açılan makasın fazlalığı buradaki rekabeti liglere bölmüş durumda. Ağır sıkletler ve hafif sıkletler kendi arasında kapışırken sıkletler arasında geçiş ise gitgide daha zor ama kızışan rekabetten dolayı bir o kadar da keyifli hale geliyor.

Ülkemiz için hayıflandığım tek konu bizdeki oyun üretiminin çok geç patlaması. Yıllar önce kurulan Blizzard vb. firmalardaki kurucular, bizim yaşımızda artık sadece hayallerinin oyunlarına odaklanabilirken bizde sektör yeni patlamış durumda ve bence nispeten iyi bir başlangıç yapmasına rağmen hala bir sürü eksiği var. Lakin Türk tipi yönetici olan girişimcilerimiz o kadar çalışkan ve başarıya aç ki bu eksiklerin kısa sürede kapanacağı yönündeki inancım tam.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**FARUK FURKAN  
AKINCI**  
FIBER GAMES  
KURUCU ORTAĞI

Son üç yıldır ivmelenen üretim ekosistemimiz 2022 yılında, ABD'de etkisini gösteren resesyon beklentisinin kelebek etkisiyle biraz daralmış gibi görünüyor. Bizler bu süreci sektörün kendini dengelemesi ve yeni fırsatların kapısı olarak değerlendiriyoruz. Mobil oyun üretimi ve Web3 projelerinde toplanan yatırım ve iş gücünün, 2023'te PC oyun üretimi tarafında değerlendirileceği beklentisi içindeyiz. Elbette ki mobil, hız kesmeyecek ancak özellikle pazarlama tarafındaki rekabetin daha riskli hale gelmesi görece küçük stüdyoların fikri mülk üretimine ağırlık vermesini ve bu alanda arayışlara girmesini mantıklı hale getiriyor. Mobil ekosistemde kullanıcı maliyetlerinin artıyor olması, özellikle hyper-casual iş modelinde üretimi daha maliyetli hale getirdi. Bu durum da özellikle finans yönetimini becerebilen stüdyoların hayatta kalmasının daha mümkün olduğunu gösteriyor bize. Girişimler mutlaka bu yıl içinde nakit akışlarına dikkat etmeli ve "sürdürülebilirliği" her şeyin önüne koyuyor olmalılar.

Diğer yandan daralan perakende pazarı markalar için oyunları yüksek marka bağlılığı aracı hale getirmeye başladı. Özellikle markaların ürün ve servislerindeki müşteri etkileşimi artık POP adı verilen fiziksel alanlarda değil, markaların kendi uygulamalarının içine yerleştirdikleri oyunlaştırılmış deneyim ve sadakat sistemlerine kaymaya başladı. Bu da oyun stüdyoları için yeni iş modelleri anlamına geliyor. Bu modelin de önümüzdeki süreçte büyümesini ön görüyoruz.

Bu bağlamda yeni fırsat ve modellerin hayatımıza girmesini beklediğimiz bu yıl, aynı zamanda kontrollü geçmesini beklediğimiz bir geçiş sürecine işaret ediyor.



# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**BATUHAN AVUCAN**  
MOBIDICTUM  
FOUNDER &  
MANAGING  
DIRECTOR

Piyasa yavaşlıyor, işten çıkarmalar peş peşe devam ediyor. Bu dönem Haziran 2023'e kadar sürebilir. Maaşlar eskisi kadar yüksek değil. Finansmanı güçlü olmayan şirketler zorlanacak ve yetenekleri daha güçlü şirketlere kayacaktır. Piyasa, uzun vadede zayıfları piyasadan itecek ve güçlüleri güçlendirecektir. Hyper-casual piyasası zaten yavaşlamış durumda ve bunun örneklerini özellikle Türkiye'de görüyoruz. Büyük hyper-casual yayıncılar, hibrit-casual ve casual oyunlara odaklanarak farklı iş modellerine yöneliyor. Türkiye'de kapanan stüdyoların yanı sıra bir sürü yeni stüdyonun da kurulduğunu görüyoruz. Bu dönemde genel olarak değerlemeler düşecek ama işi bilen ve iyi ekip kuran girişimciler yine de bir şekilde finansmana erişim sağlayabilecek. Mobil yarıştan ayrılmak isteyen firmaların bir yandan da bilgisayara ve konsola oyun geliştirmeye çalıştığını görüyoruz. 2023 aynı zamanda bağımsız oyun geliştiricilerin yılı olacak.



**ATIL SAMANCIOĞLU**  
ACADEMY CLUB  
FOUNDER & CEO

Türkiye Oyun Sektörü bizim bilişim endüstrisinde her zaman yüzümüzü güldüren, gururlandıran haberlere imza atan bir sektör oldu. Türkiye merkezli hyper-casual oyunların devamlı en çok oynananlar listelerinde görüldüğü haberlerine zaten yıllardır alıştık. 2022 içerisinde de hyper-casual'ı bile aşan ve farklı alanlarda çok güzel yatırımlarla gelen güzel işleri yine hep beraber alkışladık. Özellikle Web3 ve metaverse'ün yükselişle girişimlerimizin uzun vadeli planlar yaptığı ve kripto borsalarının çalkantılarına aldırmandan projelerinde güzel işlere imza attığı örneklerimiz de oldu. 2023 içerisinde de sektörün başarılı bir şekilde devam edeceğinden şüphemiz yok. Bu raporun tüm sektöre ışık tutması ve yatırım kararlarında yol göstermesi dileğiyle!

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**MESUT CAN  
COŞKUNCAN**  
DOTS.ECO  
PARTNERSHIPS  
DIRECTOR

Dünyaya, çevreye ve sürdürülebilirliğe katkıda bulunurken, aynı zamanda oyununuzun performansını da arttırabileceğinizi söylesem ne düşünürdünüz?

Gelin öncesinde biraz işin arka planını anlatayım:

Hepimiz oyun endüstrisinin son yıllarda ne kadar büyüdüğünü ve geliştiğini biliyoruz. Ne yazık ki bu büyüme - diğer birçok ilişkili sektörün katkısını da düşünürsek- negatif çevresel etki konusunda da gündemimize girmiş durumda. Oyun konsollarının, masaüstü veya mobil cihazların üretimi, yüz milyonlarca oyuncunun tükettiği enerjinin sebep olduğu karbon salınımı ve açığa çıkan devasa plastik atıklar, artık hayatımızın bir gerçeği olmuş durumda.

Bu pek de iyi olmayan şöhreti düzeltmenin, ürünleri daha sürdürülebilir malzemelerden üretmek gibi bir takım yolları mevcut. Fakat günümüzde "oyun içi çevreci ödül" (in-game eco-rewards) adı verilen ve her geçen gün daha yaygın bir hale gelen yenilikçi bir çözüm de mümkün. Bu çevreci çözüm; oyuncunun yapmasını istediğiniz bir şeyi yapması için onları çevreci ödülleriyle teşvik etme fikrine dayanıyor. Yani oyuncuları oyun içinde daha fazla tutmak, daha fazla oyun içi satın alım yapmalarını sağlamak veya daha fazla reklam izlemelerini sağlamak için onlara daha anlamlı ve faydalı bir konsept olan çevreci ödülleri sunuyoruz. Oyuncu bu ödülleri alarak gerçek hayatta ağaç dikebiliyor, kaplumbağa kurtarabiliyor, vahşi yaşam alanlarını koruyabiliyor ve okyanustaki plastikleri temizleyebiliyor. Yani oyuncu oyun içinde bir başarı elde ettiğinde aynı zamanda gerçek hayatta da çevreci bir eyleme katkıda bulunmuş oluyor. Bunun için de kişisel ve paylaşılabılır bir sertifika kazanıyor.

Bu çevreci teşvik sistemi, oyun sektörü için 'the next big thing' olma yolunda ilerleyebilir. Çünkü günümüzde 7'den 70'e neredeyse herkesin çevresel konularla ve küresel ısınmayla ilgili bir endişesi mevcut. Bu sebeple de insanlar doğal olarak bu konularda pozitif ve anlamlı katkılar sağlamak istiyor. Oyun şirketleri için aslında bu durum "büyük bir fırsat" demek. Çünkü çözüm; kazan-kazan bir iş modeliyle; disruption olmadan, oyun performansını iyileştirerek ve çevreye katkıda bulunarak sağlanabilir. Bu çevreci ödüllerin etkileşim, retention, monetization ve marka itibar değeri gibi parametrelerin hepsinde pozitif bir etkisi var. Bu sebeple oyunları için yeni ve faydalı içerikler arayanların bu çevreci iş modelini deneyebileceğini rahatlıkla söyleyebilirim. Bu yolla hem sürdürülebilirliğe ve çevreye katkıda bulunabilir hem de daha iyi bir oyun performansı yakalayabilirsiniz.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**YEŞİM ALGAN**  
RAZER TURKEY  
ÜLKE MÜDÜRÜ

2022 yılı içinde değişen dünya, savaş ve ekonomik dengeler ile birlikte yine görüyoruz ki dijital eğlence, dijital hizmetler ve oyun ürünleri birçok yatırımcı ve platform için güvenli liman niteliğinde. Dünya bir kez daha kutuplaşmanın riski ile yüz yüze gelmişken, dijitalleşmenin ve onunla beraber gelen hizmetlerin önemine bir kez daha tanıklık ediyoruz. Çip krizi halen dünyayı olumsuz yönden etkiliyorken, buna bağlı sektörlerin daraldığını görmek aslında bizleri hiç şaşırtmıyor. Fakat her koşul ve şartta dijital hizmetlerin devamlılığı, yönetim kabiliyeti, dolaşım kolaylığı ve erişilebilir bir ürün ile kullanıcılara sunulması, bu ve bunun gibi kriz dönemlerinde çok önem teşkil ediyor.

Geride bıraktığımız yıl Türkiye bölgesinin bu pazarda her koşulda var olduğunu ve güçlü bir piyasa olarak kendisini kanıtlandığı bir sene oldu. İçinde bulunduğumuz yüksek enflasyonist ortamda verdiğimiz hizmetler ve güvenli altyapı ile kullanıcıların yine olmazsa olmazları arasında kalmayı başardık. Zorlu bir yılın ardından bizi büyüten ve daha güçlendiren zorlukların ardından gelebildiğimize seviniyorum.

Yeni yıl ile birlikte yeni maceralar ve pazarın büyümeye hevesli refleksleri, Razer Türkiye ve Razer Gold takımlarını daha da heyecanlandırıyor. Hem dijitalde, hem donanımda yeni ürünler, yeni kanallar ile, kesintisiz ve güvenli hizmet anlayışı, daha geniş kitlelere hitap eden, avantajlı duruşumuz ile yeni yılın en sevilen oyun /eğlence/ dijital hizmet markalarından biri olmayı hedefliyoruz ve bunu başaracağımıza da şimdiden inanıyorum.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**TUGAY SAKAOĞLU**  
EMBED  
CO-FOUNDER

EMBED olarak, 2022 yılının Şubat ayının başlarında tam kurumsal bir sürece adım attık. İlk etapta, canlı yayın ve organizasyon yönetimine ağırlık verdik fakat sonrasında iş olanakların ve yapabileceğimizin büyüklüğünün farkına varıp iş kollarımıza danışmanlık, tanıtım-reklam videoları ve moderasyon maddelerini ekledik. Kurumsal ilk yılımızda hızlı bir büyüme kaydederek ekibimize 15 yeni takım arkadaşı dahil ettik ve sektöre istihdam sağladık. GAMEX, Gaming Istanbul gibi oyun fuarlarında alan ve canlı yayın yönetiminin yanı sıra online olarak da turnuva yönetiminde çalışmalarımızı sürdürdük. Türk Telekom GAMEON, Intel Monster Reloaded CS:GO Turnuvası, Pastavilla Mac & Cheese PUBG:BATTLEGROUNDS ve birçok ses getiren proje ile birlikte şirketimizin ismini sektörde duyurduk. Kendi ufak yatırımımızla başlattığımız bu sürecimizde networkümüzün bize olan güveni ve yeni markaların bizimle tanışması ile birlikte geçtiğimiz yıl gelişimimize hızlıca adapte olduk.



**ALİ BAKİ DUMAN**  
EMBED  
CO-FOUNDER

EMBED olarak geçtiğimiz seneyi daha çok bir gelişim senesi olarak geçirdik. 2023 senesinde artık yaptığımız yatırımların ve uğraşların karşılığını almayı istiyoruz. Bu bağlamda ise canlı yayın yönetimi olarak işe başladığımız ve artık bir ajans olarak yolumuza devam etmek istediğimiz EMBED bünyesinde kendi organizasyonlarımızı yapmak istiyor, aynı zamanda sektörü artık alışagelmış işlerden uzaklaştırmak için yeni fikirler ile donatmak istiyoruz.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**ALPER ÖZKAN**  
ASUS TÜRKİYE AÇIK  
PLATFORM İŞ GRUBU  
TEKNİK PR MÜDÜRÜ

Rekabetçi oyunların yaygınlaşmasıyla birlikte profesyonel oyunculuk da bambaşka bir seviyeye ulaştı. Oyunu kazanmak için kişinin yeteneği hala en büyük etken ancak yeni teknolojilerin gelişmesiyle birlikte sahip olunan ekipmanların oyun performansı üzerindeki etkileri daha da artış gösterdi. Monitör ve çevre birimleri, oyuncunun karşı tepki verebilmek için direkt olarak etkileşime girdiği en önemli bileşenler arasında yer alıyor. Donanımlarına en çok önem veren grubun, tüm ekipmanlarının en üst düzeyde performans vermesini ve rekabetçi oyunculukta olabilecek en küçük ihtimali bile değerlendirerek kazanma şansını artırmak isteyen profesyonel oyuncu grubu olduğunu görüyoruz. Diğer yandan profesyonel oyuncular gibi ticari bir ilişkileri olmasa da özellikle çevrimiçi rekabetçi oyunlarda başarı elde etmek isteyen ve üst düzey ekipmanlara yatırım yapan bir ara oyuncu grubu da mevcut.

Kullanıcılar en çok özellikle Adaptive-Sync desteğine sahip ve 144Hz'ten daha yüksek yenileme hızına sahip monitörleri tercih ediyor. FHD çözünürlük her ne kadar yaygınlığını korusa da, ekran kartı teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak 1440p ve 4K modelleri tercih edenlerin sayısında ciddi bir artış mevcut. Gerçekçi renk derinliği ve hızlı tepki performansını birleştiren FastIPS teknolojimiz sayesinde kullanıcılar kaliteli ve keskin bir görüntü elde ederek rakiplerine karşı avantaj elde edebiliyorlar. Diğer yandan ASUS olarak monitörlerimiz için 3 yıllık garanti sunarak satın alan herkesin ekipmanını uzun süre güven duyarak kullanmasını amaçlıyoruz. CES fuarında yine bir ilki gerçekleştirerek dünyanın ilk 540Hz yenileme hızına sahip profesyonel oyuncu monitörünü tanıttık. Yeni OLED gaming monitörlerimiz ve özelleştirilebilen DIY klavyelerimiz ile oyunculara üst düzey oyuncu donanımları sunuyoruz. ASUS olarak, en yenilikçi ve üst düzey performans sunan modellerimizi 2023 yılında kullanıcılar ile buluşturmaya devam edeceğiz.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**TUNÇ AFŞAR**  
PLAYERBROS  
KURUCU ORTAĞI

2022 yılında da oyun sektörü ve espor ekosistemi beklediğimiz hızda olgunlaşmaya devam etti.

Her yaşa hitap eden oyunların çeşitliliği ile birlikte dijital oyunlara olan ilginin arttığını çok net bir şekilde görebiliyoruz. Daha çok genç olmasına rağmen bazı oyunların dünya genelinde turnuvalarına ve rekor sayıda canlı yayınlarına şahitlik ettik.

Teknolojik ürünlerin ve hizmetlerin çeşitliliğinin arttığı bir dönemde espor alanlarındaki rekabetin artmasının, markalar arasındaki rekabetin de artması için çok cesaret verici olduğunu düşünüyorum. Bu durum çeşitli sektörlerden pek çok markaya influencerlar veya turnuvalar aracılığıyla hedef kitleye ulaşarak yeni model bir reklam anlayışını kazandırdı.

Türkiye son yıllarda hem bilgisayar oyunları hem de mobil oyunlar alanında ciddi yol kat etmiş durumda. Rekabetçi oyunlara ilginin büyük olması markalar için de doğru orantılı bir pazar olarak görülmektedir. 2023 yılı sürdürülebilir iş modelleri açısından markaların sürekli yeni stratejilerini ve pazar büyüdükçe yüksek profilli başarılarını görmek iyi olacaktır ki bu da son derece önemlidir.

2023'te sektördeki 5. yılını dolduran Playerbros olarak biz de espor dünyasındaki gelişmeleri heyecanla takip etmeye ve espor severlere aktarmaya devam edeceğiz.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**ÇINAR ERGİN**  
ARİSTO İLETİŞİM  
AJANS BAŞKANI

Oyun sektörü tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de pandemi döneminde adeta peak yaparak büyük bir büyüme gösterdi. Ayrıca beklenilenin aksine pandemi sonrasındaki yeni normal döneminde sektör eski hızına geri dönmedi. Aksine oyun pazarının büyümesi yukarı yönlü olarak ilerlemeye devam ediyor. Araştırmalar da Türkiye’de oyun sektörünün önümüzdeki dönemde büyümeye ve karlılığını sürdürüleceğini öngörüyor. PwC (PricewaterhouseCoopers), “Küresel Eğlence ve Medya Görünümü Perspektifleri” raporuna göre; Türkiye’nin, 2021 ve 2026 yılları arasında yüzde 24,1 bileşik büyüme oranıyla en hızlı büyüyen video oyunları pazarı olacağı tahmin ediliyor. Türkiye’yi sırasıyla Pakistan (yüzde 21,9) ve Hindistan (yüzde 18,3) izliyor.

Oyun sektörü dolaylı olarak eğlence sektörünün de gelişmesine katkı sağlayacak. İçerik üreticilerinin sosyal medya ve diğer online yayın mecralarında oyun içeriklerini giderek artan oranlarda üretmelerini ve bu içeriklerin artan bir ilgiyle takip edilmesini bekliyoruz. Bu da elbette oyun sektörünün kendi başına elde ettiği gelirlere ek olarak başka sektör ve alanları da kazançlı hale getirecek.

Avrupa’nın oyun yatırımları anlamında en çok yatırım alan ülkesi konumunda olan Türkiye’de 2022 yılının ilk 6 ayında Türk oyun girişimleri 333 milyon dolar yatırım aldı. Avrupa’da oyun sektöründe en çok yatırım alan ülkeler sıralamasında ülkemizi 158 milyon dolar ile İngiltere ve 60 milyon dolarla Norveç takip ediyor.

Türk oyun sektörünün 2021’de 266 milyon dolar yatırım aldığını düşünürsek 2022’nin ilk yarıyılında alınan yatırımla bile bir önceki yılın toplam yatırım rakamının üstüne çıkılmış oldu. Bu Türk oyun sektörü açısından kendi rekorunu kıran ve geleceğe dair de önemli ipuçları veren oldukça sevindirici bir gelişme.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**ENGİN YÜKSEL**  
REDIVIDED STUDIOS  
CO-FOUNDER &  
GAME DIRECTOR

Bir parça iyi, bir parça kötü!

Daha hareketli bir yıl geliyor...

Neredeyse her yıl olduğu gibi 2022'de de globalde oyun sektörünün dolayısıyla oyun stüdyolarının ne kadar büyüdüğüne ve ne kadar potansiyel taşıdığına şahit olduk. Bu durum özellikle satın alımlar konusunda kendini göstermiş oldu.

Bu yıl mobil oyunlar (Casual ve Hyper-Casual), güçlü ilerleyişine biraz ara verebilir gibi görünüyor. Böylelikle basit oyunlaştırma modelinin rağbetinden ötürü nasıl zor bir pazara dönüştüğünü daha iyi gözlemleyebiliriz.

Geçtiğimiz 3 yıla oranla bu yıl PC/Konsol tabanlı oyunlardaki iş yükünün büyümesi ve mobilin rol çalması, eksikliğini hissettirdi.

2023'de globalde PC&Konsol platformlarının kendini yeniden göstermeye başlayacağı yıl olması görüşümdedir.

Türk Oyun Sektörü Nereye Evrilir!

PC&Konsol tabında Türk oyun sektörü için henüz çok erken. Hızla gelişmesine rağmen bu alanda kartopu etkisi gösterebilmesi için en az 3 yıla daha ihtiyacı var.

Bu yıl ve sonrasında girişimler ve geliştiriciler büyük oynamak zorunda kalabilirler, seviyenin yukarı atlamasına çok az kaldı.

Genel olarak yatırım açısında da kısmen yenilikçi fikirlerin açılımda olacağı bir yıl göreceğimizi düşünüyorum.



# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**ÖYKE CAN ASAAD**  
BRAND & MARKETING  
PROFESSIONAL  
(GAMING & ESPORTS)

Bu yılın en çok konuşulan olaylarından ilki Google'ın büyük umut ve vaatlerle başlattığı Stadia projesini 2023 Ocak ayında durduracağını açıklaması oldu. Bulut platformları üzerinden herhangi bir bilgisayara bağlı kalmadan oyun oynayabilme fikri teoride çok ilgi çekici gözükse de anlaşılan son kullanıcı tarafında halen monitör, mouse ve klavye gibi aparatlara ihtiyaç olduğundan söz verdiği performans, özgürlük ve mobiliteyi tam anlamıyla yerine getiremedi. Bununla beraber yeni bir teknoloji olduğu için ortaya çıkan teknik problemlere bir de içerik olarak diğer platformlar ile rekabet edebileceği popülerlikte oyunlar ekleyemeyince çok da şaşırtıcı olmayan bir durdurma haberi ile karşı karşıya kaldık.

Her ne kadar oyun sektörünün geleceğinde bulut teknolojisi çok büyük bir yer tutsa da, çıkışını yapmak için benzer bir atılımın oyun ekipmanlarında da gerçekleşmesi gerekiyor gibi gözüküyor. AR ya da VR ortamda, monitör yerine bir gözlük ve klavye, mouse yerine çok daha mobil ve konforlu oyun kontrolcülerini ile bulut platformundan çoklu oyunlara çok daha rahat bağlanabileceğimiz bir gelecek aslında çok uzakta değil.



**SEMA YILDIZ**  
ACER TÜRKİYE  
PAZARLAMA  
MÜDÜRÜ

2022 yılı e-spor tarafında oldukça aktif geçti. Yılın ikinci çeyreğinde Predator Sim Racing Cup online turnuvasını düzenledik. Bu turnuvada, Türkiye, EMEA ülkeleri arasında en fazla kayıt alan ülke oldu. Son çeyrekte yaptığımız EMEA Predator League, Rocket Lig'de ise yine ilk sıradaki ülkeler arasında yer aldık. Her iki turnuvada da kazananlara nakit ödüller ve profesyonel oyun donanımları hediye ettik.

Bu yıl da yılın son çeyreğinde EMEA Predator League'i gerçekleştireceğiz. Geçen yıldan farklı olarak da Türkiye'de popüler olan oyunlarla yerel turnuvasını gerçekleştirmeyi düşünüyoruz.

2022 yılında oyun dizüstü bilgisayarları önceki yıla göre adet bazında artış gösterirken, Acer olarak biz de satış adetlerimizi ve pazar payımızı arttırdık. 2023 yılında yenilenen teknoloji ve tasarımları, artan soğutma performansları, yüksek yenileme hızına sahip ekranları ve bir çok üst düzey özelliğiyle Acer Nitro ve Predator Helios modellerimizin oyuncuların beklentilerini fazlasıyla karşılayacağından eminim.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**BATUHAN ÖZMEN**  
GAMING IN TURKEY  
MENA | EU

DIRECTOR OF  
COMMUNITY &  
INTERNAL  
OPERATIONS

Türkiye oyun sektörü 2022 yılında cirosal anlamda zorlanırken, farklı alanlarda kendini geliştirdi. Türkiye oyun endüstrisinin cirosu 2021 yılında 1.2 milyar dolara kadar yükselmişti ve 2022 yılında bu rakamın yaklaşık 625 milyon dolar civarı olduğunu tahmin ediyoruz. Bu veriler Türkiye oyun endüstrisinin dolar karşısında aldığı yarayı da gözler önüne seriyor.

Bunun yanı sıra Türkiye'de oyun eğitimi de hızla yaygınlaşıyor. 2022 yılında, Türkiye'de yüzlerce üniversite ve eğitim kurumunda oyun tasarımı ve oyun geliştirme bölümü bulunuyor. Bu durum, Türkiye oyun endüstrisinin gelecekteki büyümesi için ihtiyacı olan yetenekli elemanları artık kendisinin yetiştirebileceğine işaret ediyor.

Ayrıca Discord platformu, markaların oyuncularla olan iletişimleri için yepyeni bir mecra haline geldi. Oyuncular için birçok özellik sunan Discord, oyuncuların birbirleri ile iletişimlerini sağlama, ekipler halinde oyun oynama, etkinlikler oluşturabilme anlamında önemli bir platform oldu.

Markalar da neredeyse her gün bu mecraı tercih eden oyuncuları yakalayabilmek adına, bu sene klasik sosyal medya kanallarının yanına Discord'u da eklemeye başladı. Toplulukları kendi sunucularına çekmek için çeşitli etkinlikler, çekilişler, turnuvalar düzenleyen markalar, 2023 yılında da daha fazla bu mecraya özen gösterecek ve iletişim sıklığını arttıracak gibi gözüküyorlar.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**MİRAÇ ÖZERCAN**  
ARİSTO İLETİŞİM  
KIDEMLİ MARKA  
YÖNETMENİ

2022 yılı nasıl geçtiğini anlamadığımız bir sene oldu diyebiliriz. 2 yılı aşkın bir süre tüm toplumu esir alan pandeminin etkisini kaybetmesi, herkesin üzerinde oluşan o gerginliğin dağılmasını sağladı. Kısıtlamalarla geçen 2 yılın ardından özlemini çektiğimiz normal hayatımıza dönerek, dışarıda daha çok vakit geçirmeye başladık. Ancak bu durum, hayatımıza renk katan oyunlardan uzaklaştığımız anlamına gelmiyor. Çünkü kullandığımız telefonlar sadece iletişim kurmak için değil, her türlü kişisel ihtiyaç ve aktivitemizi gerçekleştirmek adına da büyük kolaylıklar sağlıyor. Hayatımız 2022'de her ne kadar normalleşmiş olsa da pandemide büyük bir alışkanlık haline gelen mobil oyunların oynanmasına yine aynı şekilde devam edildi. Bir araya gelmek için heyecan duyulan oyun fuarları kapılarını yeniden açmaya başladı ve bu renkli dünya içinde kaybolduk.

5- 6 yaşlarındayken 'Bundan 15 sene sonra bu oyun nasıl olacak' diye sorup hayal kurarken, şimdi bu hayali gözlerimizle görüyoruz, içinde aktif rol alıyoruz. Oyun sektöründe meydana gelen yenilikler de bizi bu büyüleyici dünyanın içine çekiyor.

Öte yandan, teknolojinin geldiği son nokta olarak ön plana çıkan Metaverse kavramı için 'Acaba nasıl olacak' derken, şimdi detaylarını canlı olarak izliyoruz. Bu gelişmeler çok etkileyici, fakat doğru bilgi aktarımının, yararlı içeriklerin ve doğru yönlendirmenin önemine dikkat etmemiz gerekiyor.

Sektörün hızla büyümesi, bizi dijital dünyanın derinliklerine götürüyor, böylece yenilikleri yakından takip edebiliyoruz. Ancak bu büyümlü dünyada kendine yer edinmek isteyen bireysel ya da kurumsal pek çok firmanın üretim süreçlerinde tekdüze kalmamaya özen göstererek daha fazla çaba sarf etmesi ve yaratıcılığı önemsemesi gerekiyor. Her sektörde olduğu gibi oyun sektörü de hızlı gelişen bir sektör. En iyi olmak için dünyadaki gelişmeler yakından takip edilmeli ve yapılacak yeniliklerle her zaman bir adım önde olunmalı.

Rekabetin yoğun bir şekilde yaşandığı bu eğlence dünyasının 2023 yılında da yeniliklerle bizi şaşırtacağına inanıyorum. Bu yıl belki de farklı firmaların oyun sektörüne giriş yaptığını göreceğiz. Bu nedenle yenilikleri büyük bir merakla beklediğimiz, içinde yer almak için sabırsızlandığımız günlerin bizi beklediğini düşünüyorum.

# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

## TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2022



**OZAN AYDEMİR**  
GAMING IN TURKEY  
MENA | EU  
PRESIDENT  
FOUNDER

2022'de, global olarak uluslararası siyasette yaşanan dalgalanmaların ekonomideki yansımalarını, dünyadaki birçok ülke ile birlikte Türkiye'de de yaşıyoruz. Özellikle TL'nin Dolar karşısında gücünü kaybetmesi Türkiye oyun sektörünü oldukça etkiledi ve etkilemeye de devam ediyor. Türkiye mevcut oyuncu sayısı bakımından oldukça iyi durumda olsa da ekonomik şartlar oyuncuların alım gücünü zorluyor.

2021'de 8,9 TL olan ortalama Dolar kuru 2022'de 16,58 TL'ye sıçradı. Bu da çok açık bir şekilde sektörü etkiledi. Alım gücü yükselmeyen oyuncular hala en büyük hobileri olan oyunlar için para harcasa da harcadıkları paranın oyundaki karşılığı düşüyor. Bazı oyun firmaları oyun içi ekonomilerini ya da oyun satış fiyatlarını Türkiye şartlarına göre düzenlese de çoğunluk küresel stratejisine devam ediyor. Özellikle PC ve konsol platformlarında yeni çıkan büyük oyunların 800 - 1500 TL gibi fiyat etiketlerine sahip olması oyuncuları oldukça zorluyor. Yani küresel satış fiyatı 80 dolar olan (ki bu yeni bir oyun için çok da pahalı bir rakam değil) bir oyunu oynayabilmek için Türk oyuncular, indirimleri ve dönemsel kampanyaları takip eder hale geldi.

Bazı oyuncular PlayStation Plus, Xbox Game Pass gibi aylık abonelik sistemlerine geçiş yaparak bu sorunu bir nebze çözmeye çalışırken, bazı oyuncular da free to play kategorisindeki mobil ve PC oyunlarına kaymaya başladı. Hyper-casual oyunlar yavaş yavaş trend olmaktan çıkarak yerini casual ve midcore-casual oyunlara bırakmış durumda. Battle Royale, FPS, Yarış, Spor Strateji ve MOBA oyun türleri hala en popüler türler olarak yerlerini koruyor.

Türkiye 2022'de mobilde; Subway Surfer, PUBG Mobile, Roblox, 101 Okey Plus, Words Of Wonders, Free Fire, Mobile Legends, Genshin Impact, Kafa Topu 2 ve benzeri oyunları tercih ederken PC ve konsollara baktığımızda; God of War: Ragnarök, Genshin Impact, PUBG, Lost Ark, VALORANT, LoL, CS: GO, Minecraft, Roblox, Call Of Duty öne çıkan oyunlar arasında yer alıyor.



Oyuna ve  
Oyuncuya  
Dair

Her Şey

ByNoGame.com



**ByNoGame**, oyun dünyasında iki ana görev üstlenmiştir:

1. Oyunların, orijinal **e-pin** ve **dijital kod**larını oyun şirketlerinden edinin oyunculara ulaştırmak.
2. Ayakları sağlam basan güçlü bir köprü inşa ederek; oyuncuların, kendi içlerinde item ve skin satışına aracılık eden güvenli bir pazar yeri (middleman) yaratmak.

Bunu şöyle tanımlayabiliriz:

**“ByNoGame, oyuncuların hem Amazon’u hem de Ebay’idir.”**

Ayrıca ByNoGame, 6 yıldır oyun yayıncılarının (streamers) sevenlerinden bağış almasını sağlıyor.

Bugün milyonlarca oyuncu, manevi sevgilerini maddi tutkuya dönüştürerek ByNoGame eliyle hayranı oldukları yayıncılara aktarabiliyor.

İzmir’in Çiğli ilçesinde, dar bir çıkmaz sokakta, iki bilgisayarla internet kafemizin kuruluşundan bu yana 18 sene geçmiş... Kredi kartına sahip olmayan çocukların dertlerine derman olduk; oyun ürünlerini temin ettik veya birbirleriyle iletişimlerini sağladık. Bynogame ile, Knight Online oyununda gold bar satın almak artık çocuk oyuncağıydı. Anlık ileti programı messenger’ın patlama yaptığı; 2007 yılında **bynogame.com** domainini kaydettik. Markamızın patentini de aldıktan sonra, küçük esnaf Pashanet Kafe, ihtişamlı bir metamorfozla güçlü platform ByNoGame’e dönüştü!

Bugün 15. yılımızda, 2 milyon üyemize, 40 ekip arkadaşımızla 7/24 hizmet veriyoruz. Gelecekte, tüm dünya oyuncularını bu platformda buluşturarak, aynı dili konuşmalarını sağlayabiliriz.

Birçok e-spor takımına, e-spor oyuncusuna ve oyun yayıncılarına yıllardır destek veriyoruz. Sektörden kazandığımız parayı, gene aynı topluluğa aktararak gençlerimize kaynak yaratıyoruz.

Bir yandan %7.5 olan yabancı müşteri oranımızı, globalleşme sonrası yükseltip yurda döviz girdisi sağlarken, öte yandan her milletten farklı oyuncuyu aynı havuzda yüzdürerek global bir Türk markası yaratmayı hedefliyoruz.

**ByNoGame**, 15 yıldır oyuncuların tüm dijital ihtiyaçlarını sağlayan aktif bir web platformudur.

**Oyun dünyasının parlak yıldızı ByNoGame’in prizmasından yansıyan güçlü ışık, genç oyunculara daima yol gösterici bir rehber olmuştur!**



[Bynogame.com/tr](http://Bynogame.com/tr)



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



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



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



[Youtube/Bynogame](https://www.youtube.com/Bynogame)



[Tiktok/bynogame](https://www.tiktok.com/bynogame)



Artan  
yatırımımızla  
**12 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](http://Coca-cola.com.tr)



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



[Facebook.com/cocacolaturkiye](https://Facebook.com/cocacolaturkiye)



[Instagram.com/cocacolaturkiye/](https://Instagram.com/cocacolaturkiye/)





**GÖSTER GÜCÜNÜ!**

Türkiye'nin fiber gücü Türk Telekom'un oyun ve oyuncuya özel markası  
**GAMEON ile Göster Gücünü!**



Türk Telekom 180 yılı aşkın köklü geçmişiyle, Türkiye'nin ilk entegre telekomünikasyon operatörüdür. "Türkiye'nin Çoklu Oyuncusu" Türk Telekom, 31 Aralık 2022 itibarıyla; sabit erişim hattı, geniş bant, TV ve mobil olmak üzere toplam 52,8 milyon aboneye hizmet vermektedir. Dünya'da olduğu gibi Türkiye'de de hızla büyümekte olan oyuncu segmentine odaklanan Türk Telekom, 2022 yılında **GAMEON** markasını hayata geçirdi. Türk Telekom gücü ve deneyimini arkasına alıp yenilikçi, genç ve dinamik bir vizyon ile yola çıkan GAMEON, ilk yılında birçok başarı ve yeniliğe imza attı.

Her zaman oyuncunun yanında olan, onların hayatını kolaylaştırıp destek olmayı hedefleyen GAMEON, oyunculara yönelik sürdürdüğü, tüm pazarlama faaliyetleri ile Türk Telekom'un kaliteli hizmet stratejisini, hızını ve gücünü oyun dünyasına aktarmaya devam ediyor. Oyuncuların ihtiyaçlarına 360 derece çözümler sunan **GAMEON**, Türk Telekom'un yeni ve mevcut müşterilerine oyun odaklı faydalar içeren internet teklifleri, marka ortaklıkları, cihaz teklifleri sunarken, düzenlediği turnuvalarla oyun dünyasını sahiplenip, oyunculara yönelik özel destek hizmetleri ile sektörde fark yaratıyor.

2022 yılında yapılan tüm pazarlama ve iletişim faaliyetlerinin dışında, oyun firmaları ile yapılan stratejik iş ortaklıkları, Türkiye'de ilk kez gerçekleştirilen iş birliktelikleri ile sektöre güçlü bir giriş yapan GAMEON, yıl boyunca oyun ekosisteminde adından sıkça söz ettiren bir marka oldu.



[Gameon.com.tr/](http://Gameon.com.tr/)



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



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

# REKABETÇİ OYUNUN TEK ADRESİ



**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. Gamer Arena 2023 yılında çıkacak yeni mobil uygulaması ile oyunculara kendi geliştirdikleri mobil oyunlarda rekabet etme ve kazanma şansı ile birlikte çok daha iyi bir oyun deneyimi sunmayı ve globale açılmayı hedefliyor.

Gamer Arena Platformu Mart 2020'den beri aktif olup, mobil, bilgisayar ve konsollarda oynanan 30'dan fazla oyunda birebir Düellolara ve tekil/çoklu katılım sağlanabilen Turnuvalara izin veriyor. Düellolar sayesinde oyunculara istedikleri yerden, istedikleri zaman mücadelelere katılıp kazanma şansı tanıyor.

415.000'den fazla oyuncunun kayıtlı olduğu platformda bugüne kadar 225.000'den fazla düello oynandı ve 500'den fazla turnuva düzenlendi. 2023 yılında global açılıma başlayacak olan platformun Web3 dünyası için hazırlıkları ve çalışmaları da hızla devam ediyor. Gamer Arena Kasım 2022'de kendi kripto parası Gamer Arena Utility Token'in (GAU) global borsada listelemesini gerçekleştirdi ve GAU Token artık global oyuncuların da ulaşabileceği bir hale geldi.

**Gamer Arena** dünyadaki en büyük oyun platformlarından biri olma misyonuyla kurulmuş olup, dokundukları her oyuncuya eğlence, tatmin ve ilham verme vizyonuyla çalışmalarına devam etmektedir.



# PLAY TO DISCOVER, MORE TO IMPROVE!



Explore & Construct & Expand & Socialize





**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/)

**xDRIVE**  
**TÜRKİYE'NİN**  
**OYUNCU KOLTUĞU**  
**MARKASI**



@xDriveTR

xDrive.com.tr



1983 yılında "Yıldız Çelik Büro Mobilyaları" adı altında kurulan xDrive, sektöre metal sandalye üretimiyle başlamış, ardından ofis koltuğu üretimi ile devam etmiştir. 2016 yılında Türkiye'de ilk oyuncu koltuğunu üreten xDrive, üretim tesisleri ve seri üretim hatlarına yaptığı yatırımlarla üretim kapasitesini artırmış ve kurumsallaşma sürecine girmiştir. 2021 yılında XDRIVE MOBİLYA SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ olarak ünvan ve nevi değişikliği ile kurumsallaşma sürecine devam etmektedir.

Ezber bozan ürünlerinin yanı sıra üretim ve satış yöntemleri ile iç pazarda kısa sürede yeni bir sektör kurarak sektörü domine etmeyi başaran xDrive, aynı başarıyı yurt dışı pazarında da yakalamak adına ihracata yönelik yatırımlarını arttırmış ve müşterilerine xDrive markasının yanı sıra OEM ve ODM hizmeti de sunmaktadır.

Bölgesinin en büyük oyuncu koltuğu üreticisi olan xDrive, hem konumu hem de üretim gücüyle her geçen gün daha rekabetçi olabilmek için üretim alanındaki yatırımlarını aralıksız sürdürmektedir. Sakarya 2.OSB'de yapmış olduğu arazi yatırımı ile yeni bir fabrika inşaatına başlayacak olan xDrive, fabrika projesi hazır olduğunda günde 1000 koltuk üretebilecektir ve teknolojiden güç, yenilikten ilham almaya devam edecektir.



[Xdrive.com.tr](http://Xdrive.com.tr)



[LinkedIn/xdrive](https://www.linkedin.com/company/xdrive/)



[Youtube/xDriveOyuncuKoltuklar](https://www.youtube.com/channel/UCxDriveOyuncuKoltuklar)



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



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



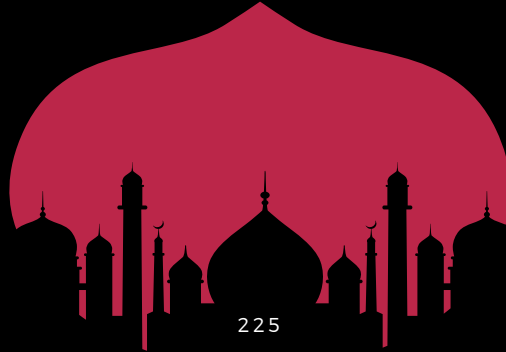
[Facebook.com/xdrivet](https://www.facebook.com/xdrivet/)



**PEKİ YA**

**ORTA DOĞU**

**OYUN SEKTÖRÜ?**





# ORTA DOĞU

## GELİRE GÖRE ÜLKE SIRALAMASI

- Türkiye: 625 Milyon USD
- Suudi Arabistan: 1 Milyar USD +
- İran: 650 Milyon USD + / -
- İsrail: 550 Milyon USD + / -
- Mısır: 350 Milyon USD + / -
- Birleşik Arap Emirlikleri: 400 Milyon USD + / -
- **TOTAL: 6 Milyar USD 2022 Gelir + / -**

*(Orta Doğu & Afrika total geliridir.)*

Kaynak: Newzoo - 2022 Free Global Game Market Report



- Nüfus: 1.8 Milyar + / -
- Online Nüfus: 1 Milyar + / -
- Oyuncu Sayısı: 500 Milyon + / -

*(Orta Doğu & Afrika total geliridir.)*

# 2022

# Kaynakça

- Gaming in Turkey | MENA | EU
- Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2022 - Reklamcılar Derneği - Deloitte Digital
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2022 Yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK)
- BTK - 2022 Pazar Verileri Raporu 3. Çeyrek - Markalara Göre İMEİ Kaydı Yapılan Mobil Cihaz Adedi
- Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü 2022 3. Çeyrek Pazar Verileri Raporu
- MMA & DT Envanter Anketi Q3, 2022
- Türkiye Mobil Oyun Araştırması 2021 - AdColony - Nielsen
- data.ai State Of Mobile 2023
- data.ai Ücretsiz 2022 Raporları
- Newzoo Ücretsiz 2022 Raporları
- 42matters.com - Turkey Mobile Gaming Statistics
- Education First English Language School English Proficiency Index List 2022
- Spotify 2022 Özeti
- Marketing Türkiye - VeriNays
- Türkiye Girişim Ekosistemi Yıllık Etkinliği Startups.watch Sunumu - Serkan Ünsal
- TESFED - Türkiye Esport Federasyonu
- Riot Games
- Gamfed
- Fragtist
- Merlinin Kazanı
- Signingiant
- Statista Global Consumer Survey 2022
- Statista Video Games Highlights 2022 Turkey
- Playstore, Razer Gold, Steam, Oyunfor, Epic Store Açık ve Paylaşılan Veriler
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası - tcmb.gov.tr
- BAU GAME LAB - Bahçeşehir Üniversitesi
- Hitmarker.net
- Embed
- Razer Gold
- We Are Social Digital 2022 Raporları
- Twitch TV - Youtube - Instagram Verileri
- SimilarWeb Verileri

# Bilgilendirme Notu

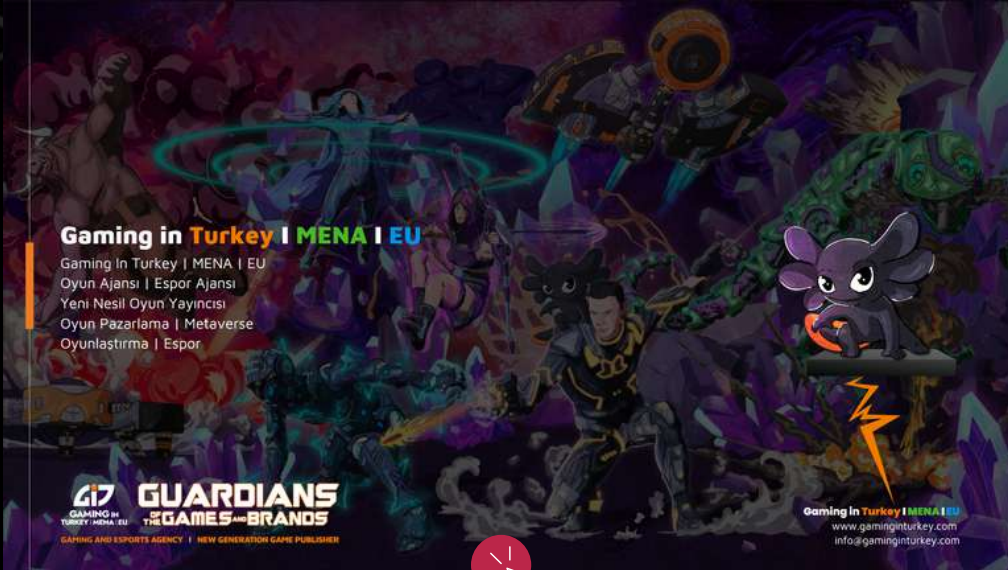
Gaming In Turkey | MENA | EU, tamamen oyun ve espor üzerine kurulmuş, Türkiye'de 7 yıldır hizmet veren oyun ve espor ajansı ve oyun yayıncısıdır. Son 6 senedir, hem sektöre, hem sektöre yatırım yapmak isteyen markalara, hem de bölgemizi yakından tanımak isteyen firmalara sektör hakkında, açık kaynaklı şekilde bilgi verilmesi amacı ile herkesin kullanabileceği, ücretsiz olarak paylaşılan sektörel raporlar hazırlamaktadır.

Bu raporda yer alan bilgiler genel bilgilendirme amaçlıdır. Gaming In Turkey | MENA | EU, bu rapor ile birlikte herhangi kişi veya kuruma herhangi bir şekilde bir yatırım tavsiyesinde bulunmamakta ve yatırım danışmanlığı hizmeti sunmamaktadır. Oyun ve Espor 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 | MENA | EU 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.

© 2023. Daha fazla bilgi için [Gaming In TURKEY | MENA | EU](#)

Firma Sunumumuz ve Daha Fazla Detay İçin Lütfen Tıklayın.



**Gaming in Turkey | MENA | EU**

Gaming In Turkey | MENA | EU  
Oyun Ajansı | Esport Ajansı  
Yeni Nesil Oyun Yayıncısı  
Oyun Pazarlama | Metaverse  
Oyunlaştırma | Esport

**GUARDIANS**  
GAMING IN TURKEY | MENA | EU  
THE  
GAMES-BRANDS  
GAMING AND ESPORTS AGENCY | NEW GENERATION GAME PUBLISHER

Gaming in Turkey | MENA | EU  
www.gaminginturkey.com  
info@gaminginturkey.com





# TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ 2022 RAPORU