



GAMINGINTURKEY

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ 2020 RAPORU



İçindekiler

Sponsorlar	5
Partnerler	6
Ön Söz	7-10
2020 Türkiye'sine Genel Bakış	11-12
Türkiye'de Tahmini 2020 Medya ve Reklam Yatırımları	13-15
Türkiye'de En Çok Kullanılan Mobil Sosyal Ağ Uygulamaları	16
Türkiye'de En Çok Kullanılan Mobil Video Platformları	17
Türkiye'de Tercih Edilen Markalar	18
Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları	19-22
Türkiye'de Android Oyun Dünyası	23
Türkiye'de Yerelleştirmenin Önemi	24-25
Türkiye'de Oyun ve Müzik	26-27
Türk Oyuncularının Karakteristik Özellikleri	28-29
Türkiye'de Oyun ve Espor Sektörü Ne Durumda	30-32
En Fazla Yatırım Alan Sektör: Oyun!	33-34
Türkiye Espor Federasyonu TESFED Özel Köşesi	35-40
Riot Games Özel Köşesi	41-42
ZULA Özel Köşesi	43-45
Onedio Gaming Özel Köşesi	46
2019 - 2020 Karşılaştırmalı Türkiye Oyun Sektörü Raporu	47-62
Türkiye'deki Popüler Oyun Firmaları	63
Türkiye'deki Lokal Oyun Firmaları	64-69

İçindekiler

2020'nin En Popüler Türk Yapımı Oyunları	70
Türkiye'deki En Popüler Yayıncılar / Twitch TV.....	71-72
Türkiye'deki En Popüler Youtube Kanalları	73-74
Türkiye'deki Popüler Instagram Fenomenleri	75-76
2020'de En Çok Tercih Edilen PC Oyunları	77
Aktif Ödeme Kuruluşları	78
Aktif Elektronik Para Kuruluşları	79
Online Satış Kanalları	80
Dernekler	81
Oyun Fuarları	82
Türkiye'de Sektöre Yönelik Eğitimler	83-85
Oyun Tasarımı Seçmeli Lisans Dersleri	86-88
Oyun Tasarımı Yüksek Lisans Programları	89-90
Oyun Tasarımı ve Espor Sertifika Programları	91
Diğer Oyun Tasarım Programları	92-93
İnternet Kafeler ve Detayları	94-98
Türkiye'deki Espor Takımları	99-104
Lisanslı Oyuncu ve Takım Sayısı	105
Sosyal Medyayı En İyi Kullanan Espor Takımları	106-109
Türkiye'de Düzenlenen Online Espor ve Oyun Etkinlikleri	110
Espor ve Oyuna Yatırım Yapan Markalar	111
Espor Oyunları	112



İçindekiler

Türkiye Espor Medya Kanalları	113
Top Oyun Siteleri	114
Top Online Satış Siteleri	115
Top Online Oyun Platformları	116
Türkiye'deki Oyun Dergileri	117
Uzman Görüşleri	118-166
Coca-Cola	167-168
Game Garaj	169-170
Jobuum	171-172
Logitech G	173-174
Maximum Gaming	175-176
Ozan SuperApp	177-178
Razer Gold Türkiye	179-180
Türk Telekom	181-182
Orta Doğu'da Oyun Sektörü	183-184
Gaming in Turkey - Oyun ve Espor Ajansı	185-220
Kaynakça	221



Teşekkürler

5 senedir büyük bir titizlikle hazırladığımız ve birçok kaynaktan yayınlanan verileri yorumladığımız Türkiye Oyun Sektörü Raporu'nun 2020 versiyonunda, bizimle birlikte olan ve bize destek veren sponsorlarımıza teşekkür ederiz.

(Sponsor markalarımızın logoları alfabetik olarak sıralanmıştır.)



Coca-Cola
Hızlı Tüketim-İçecek



Game Garaj
Oyuncu Bilgisayarları
ve Ekipmanları



Jobuum
Sosyal Kariyer
Platformu



Logitech G
Oyuncu Donanım ve
Ekipmanı



Maximum Gaming
Türkiye İş Bankası
Ön Ödemeli Kart Ürünü



Ozan
SuperApp



Razer Gold
Ödeme Kanalı



Türk Telekom
Türkiye'nin Lider Bilgi ve
İletişim Teknolojileri Şirketi

Teşekkürler

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



Oyun ve Eğlence
Platformu Partneri

XIGNCODE3™

Anti Hacking
Çözüm Partneri



BAU
Esports



Analitik Servisler
Espor Partneri



Çin Mobil Oyun
Publishing Partneri



İran Mobil Oyun
Publishing Partneri



Online Turnuva
Platformu Partneri



GlassHouse
IT Servisleri Partneri



Collegiate Esports
League



Türkiye ve Orta Doğu

OZAN AYDEMİR

PRESIDENT / CEO

2020, sadece ülkemiz için değil tüm dünyada sanırım hatırlamak istemeyeceğimiz bir sene oldu. Covid dönemi bize şunu gösterdi (Keşke hiç olmasa idi); Bazı sektörler dijital dönüşüme çok çabuk adapte olurken bazı sektörler tepe taklak oldu. Çünkü konu sağlık da olsa, tüm hayatımızı etkiledi. Eğitimden sağlığa kadar, Türkiye dahil tüm dünya büyük bir sınav verdi ve vermeye devam ediyor.

Hem sosyal yaşamımız açısından hem de ekonomik açıdan belirsiz bir dönemdeyiz. Yeni koşullar tam ne olacak kestiremiyoruz. Bu dönem bize şunu gösterdi; Kaçınılmaz geleceğimiz olan dijital dönüşüm bu sınav sonrası çok daha hızlı bir şekilde hayatımızın bir parçası olacak gibi duruyor. Buradaki önemli kelime bence "HIZ" kavramı. Teknolojiye hızlı uyum sağlayanlar ayakta kalacak. Sadece bu değil teknolojiyi ve dijital dünyayı "HIZ"lı olmak için kullananlar da bir adım öne geçecek. İnovatif olan ve bu değişim hızına ayak uydurabilen firmalar, yenilikler ve yeni doğabilecek olası sorunlar karşısında daha etkin rol alacak. Pandemi sonrası hayatımız normal akışına elbet bir gün dönecek ama bu zaman alacak ve belki de bugün "Normal Akış" dediğimiz süreç daha dijitalleşmiş bir normal olacak.



Türkiye ve Orta Doğu

OZAN AYDEMİR

PRESIDENT / CEO

Sektör olarak baktığımızda, oyun sektörü bu dönemi oldukça önemli büyümelerle geçiriyor. Oyun oynama süreleri %30 oranında artmış durumda. Hepimizin aylardır evde olduğu bu dönemde, dünyanın en büyük oyun dağıtım ağı ve platformlarından biri olan Steam'de önceki aylarda anlık aktif kullanıcı sayısı 23 milyonu geçerek tüm zamanların rekorunu kırdı. Sadece Steam değil tüm oyun platformlarında ve oyunlarda büyük bir yoğunluk söz konusu. Evde kalınan günlerde oyun oynama oranlarında büyük bir artış oldu. Hepimizin evde kalmak zorunda olması sadece gençleri değil herkesi film izlemeye, kitap okumaya ve oyun oynamaya yöneltiyor. Kişiler internet başında daha fazla zaman geçiriyor.

Espor tarafındaki en büyük değişim pandemi nedeni ile yapılan tüm offline etkinliklerin iptal olması ve organizasyonların tamamen online platformlara çekilmesi oldu. Neredeyse her gün oyuncular için büyük ya da küçük ölçekli turnuvalar düzenleniyor. Bu turnuvalar sadece oyun firmaları tarafından değil markalar tarafından da yapılabiliyor. Kimi markalar müşterilerini memnun etmek ve satışlarını arttırmak için turnuvalar düzenlerken, kimi markalar ekiplerini memnun etmek için şirket içi ya da şirketler arası online turnuvalar düzenliyorlar. Sadece PC oyunları değil mobil oyunlarda artık espor arenasındaki yerini çok keskin bir şekilde almış durumda.



Türkiye ve Orta Doğu

OZAN AYDEMİR

PRESIDENT / CEO

Pandemi dönemindeki en büyük trend; Mobil oyunlar ve tür olarak da hypercasual oyunlar. Mobil oyunlarda genel hakimiyet hypercasual tarzında ve PUBG Mobile, Garena Free Fire, LOL Wild Rift gibi online rekabetin çok yoğun olduğu geniş kitlelere hitap edebilen oyunlarda.

Şu an birçok global şirket büyük IP'lerinin mobil versiyonlarını hazırlıyor ya da PC oyunlarının dışında mobil oyun yelpazesini de genişletiyor. Bir yandan da hem global hem de lokal olarak hypercasual oyun üretimi yapan oyun firmalarının sayısı hızla artıyor.

Tüm bunlarla beraber sektöre yatırım yapmak isteyen ve sektör bağımsız birçok yatırımcı ve firma da çok dikkatli bir şekilde oyun ve espor sektörünü yakından takip ediyor.



Gaming in Turkey

OZAN AYDEMİR

PRESIDENT / CEO

Kendi tarafımızdaki gelişmelere bakacak olursak; Gaming in Turkey Oyun ve Espor Ajansı olarak bu sene 5. senemizi doldurduk. 20'den fazla oyun firmasına eş zamanlı olarak hizmet veriyoruz. Sene başında Dubai'deki ofisimizin açılışını yaparak Gaming in MENA'yı kurduk. Partnerimiz FCC ile beraber RUSH FOR FUN Espor Arenası'nı tamamladık. Hedefimiz Orta Doğu'daki gücümüzü ve ekip sayımızı arttırarak o bölgeye de daha iyi hizmet vermek. Aslında 2020 planlarımızda Gaming in Europe vardı ama pandemi bu süreci biraz yavaşlattı ama bir aksilik olmaz ise 2021'de İngiltere'de bir ofis açarak genişlemeye devam edeceğiz. Bunun dışında internal olarak bir yazılım ekibi kuruyoruz. Kendi mobil oyun ve ürünlerimizin üretimine başlamak için. Amacımız global çapta başarı yakalayabilecek oyunlar üretmek ve aynı zamanda pazarlamayı otomatize edebilecek ürünler çıkarmak olacak.

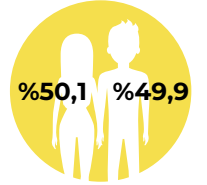
Son olarak markalar ile ilgili de birkaç söz ekleyebilirim. **Coca Cola**'nın 25 ülkede resmi olarak oyun ve espor ajansı olmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Aslında biz Gaming in Turkey Oyun ve Espor Ajansı olarak 5 senedir yüzlerce oyun firmasına hizmet vermenin dışında sektör bağımsız markalara da hizmet veriyoruz. Ve onları bu sektöre nasıl yatırım yapmaları gerektiğine dair, genç nesle bu sektör vasıtası ile nasıl ulaşacaklarına dair eğitiyoruz ve yatırımlarını doğru yapmalarını sağlıyoruz. Türkiye'deki lokal ve global markaların da artık gözlerini oyun ve espor sektörüne daha çok çevirmesi gerektiğine inanıyorum. Ama bunu yaparken doğru adımlar atmaları çok önemli. Sadece bir espor takımına ya da turnuvaya sponsor olmak değil bahsettiğim. Konuya hem hâkim olmaları lazım hem de 360 derece düşünerek uzun vadeli planlar yapmalılar.

2020 Türkiye'sine Genel Bakış

2020 yılında Türkiye nüfusu, önceki yıla göre artış gösterdi. Türkiye nüfusumuz 459 bin 365 kişi artarak, 83 milyon 614 bin 362'ye kadar yükseldi. Bu durum ülkemizdeki nüfusun geçtiğimiz yıla göre yaklaşık olarak binde 5,5 oranında artış sağladığını gözler önüne sermiştir. Yıllık nüfus artış hızı 2019 yılında ise binde 13,9 idi.

Erkek nüfusumuz 41 milyon 915 bin 985 kişi olurken, kadın nüfusumuz 41 milyon 698 bin 377 kişi oldu. Toplam nüfusun %50,1'ini erkekler, %49,9'unu ise kadınlar oluşturmaktadır.

İstanbul'un nüfusu, 2019'a göre 56 bin 815 kişi azalarak 15 milyon 462 bin 452 kişiye düştü. Bayburt, 81 bin 910 kişi ile en az nüfusa sahip olan il oldu. Türkiye nüfusunun %18,49'unun ikamet ettiği İstanbul'u, 5 milyon 663 bin 322 kişi ile Ankara, 4 milyon 394 bin 694 kişi ile İzmir, 3 milyon 101 bin 833 kişi ile Bursa ve 2 milyon 548 bin 308 kişi ile Antalya izledi.



2020 Türkiye



**TOPLAM
NÜFUS**
83.614.362



**KADIN
NÜFUS**
41.698.377



**ERKEK
NÜFUS**
41.915.985



**İNTERNET
KULLANICISI**
66.055.000+

16-64 YAŞ ARASI İNTERNET
KULLANICILARININ HER GÜN
HER CİHAZDA İNTERNET
KULLANARAK HARCADIKLARI
ORTALAMA SÜRE
7 SAAT 57 DAKIKA

NÜFUS ORAN %79

CİNSİYETE GÖRE
ERKEK %84.7
KADIN %73.3



**SOSYAL MEDYA
KULLANICISI**
55.000.000

37.000.000 FACEBOOK
38.000.000 INSTAGRAM



Türkiye’de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları

Reklamcılar Derneği tarafından hazırlanan Türkiye Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2020 Raporu’ndaki rakamlara göre dijitalin yükselişi tüm hızı ile devam ediyor. Tüm dünyayı etkileyen Covid-19 salgınının, Türkiye medya ve reklam yatırımlarının üzerinde de direkt etkili gözlemleniyor. Bu süreçte reklam verenler öncelikle marka bilinirliğinin korunması için, daha sonra da satış odaklı kampanyalar gerçekleştirdi. Yüzdelerden de görüleceği üzere yatırımların büyük bir kısmı dijitale zorunlu olarak kaymış durumda.

Kanal	Pazar Payı 2020	Pazar Payı 2019
 Televizyon	%34,7	%48,1
 Basın	%2,9	%6,6
 Dış Mekan	%4,6	%9,1
 Radyo	%2,1	%3,6
 Sinema	%0,4	%1,3
 Dijital	%55,3	%31



Türkiye’de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları

Dijital reklam kanallarının dağılımına baktığımızda, Search, Display ve Video reklamların ana paydaşlar olduğunu görüyoruz.



Dijital Kırılım

Search

Display

Video

Advertisement

Diğer

Yüzde

%42

%33

%19

%5

%2



Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları

İşin sadece mobil reklam tarafına baktığımızda ise %335'lik mobil reklam kullanımının arttığını görüyoruz. Türkiye mobil reklamların kullanımı bakımından en çok artış gösteren ülke olarak dikkat çekiyor.

● Video ● Interstitial ● Banner



Globalde "playable" yani oynanabilir reklam modelleri de popüler iken, Türkiye'de henüz çok fazla kullanım alanı bulunmuyor.



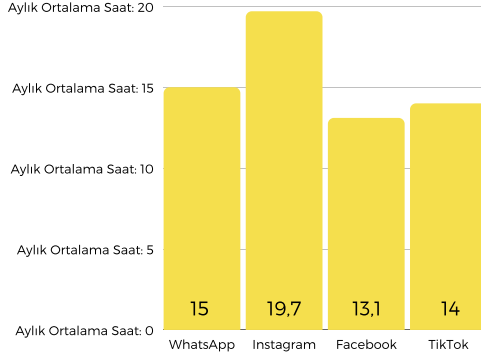
Interstitial reklam modeli en çok kullanılan model olarak dikkat çekerken, video formatı ikinci, standart banner reklam modelleri ise üçüncü sırada yer alıyor.

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

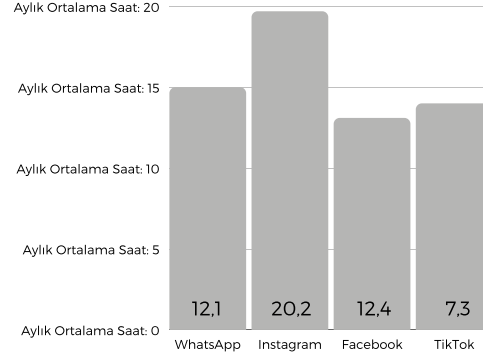


Türkiye'de En Çok Kullanılan Mobil Sosyal Ağ Uygulamaları

2020 pandemi ile beraber, alışkanlıklarımızın da hayatımızdaki yerini fazlasıyla etkilemiş durumda. Özellikle sosyal aktivitelerden oldukça uzaklaştığımız 2020 bizi dijital sosyal aktivitelere yoğunlaştırdı. Türkiye'de telefonlarımızda olmazsa olmaz uygulamalardan olan WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok'un kullanım oranları 2019'a göre oldukça artmış gözüküyor.



2020

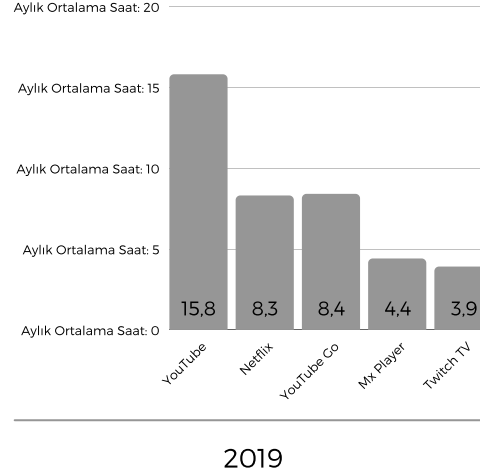
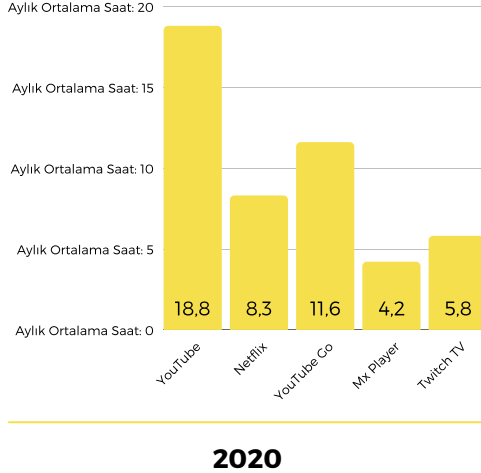


2019



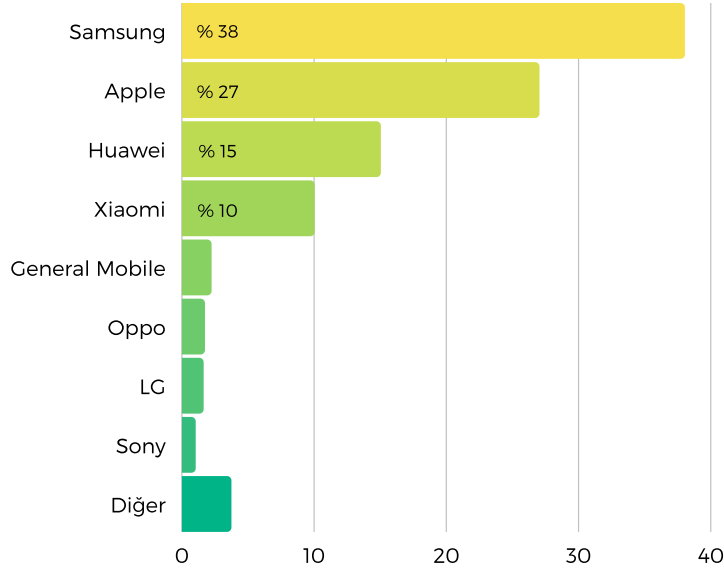
Türkiye'de En Çok Kullanılan Mobil Video Platformları

Screen Time olarak bildiğimiz ekran karşısında geçirdiğimiz süre TV'de devam ederken, özellikle yeni kuşaklar dijital video platformlarını tercih ediyor. Ve mobil cihazlarımızda harcadığımız zaman da oldukça yüksek. Netflix'in Türkiye'deki başarısı da birçok yeni girişimin önünü açmış durumda.



Türkiye'de Tercih Edilen Markalar

Türkiye'deki akıllı telefon kullanımı oldukça yüksek. Birçok marka son senelerde pazara giriş yaparak yüksek yatırımlarla paylarını arttırdılar. Samsung ve Apple hala ilk iki sırada yer alırken, Huawei ve Xiaomi ise her sene pazardaki marka bilinirliğini ve payını arttırmayı sürdürüyor.



2020



Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

AdColony ve Global Web Index'in 2020 araştırmasına göre sadece gençler değil yetişkinler de oyun oynuyor. Yetişkinlerin yüzde 81,7'si kadın, yüzde 76,5'i ise erkek. Ortaya çıkan datalar aynı zamanda Türkiye'deki tüm internet kullanıcılarının yüzde 84'ünün en az bir cihaz ile mobil oyun oynadığını gösteriyor. Türkiye'deki mobil oyuncuların demografik özellikleri ve davranış alışkanlıkları ise aşağıdaki gibi;

- Türkiye'deki yetişkinlerin %79'u mobil oyun oynuyor.
- Türkiye'deki mobil oyuncuların %50,2'si erkek, %49,8'i kadın.
- Türkiye'deki mobil oyuncuların yaş aralığının yüzdesel dağılımı:
 - 16-24 yaş arası - %23,9
 - 25-34 yaş arası - %28,5
 - 35-44 yaş arası - %25,3
 - 45 yaş üstü - %22,4



Türkiye'deki Yetişkinlerin %79'u mobil oyun oynuyor

Türkiye'deki mobil oyun oynayan yetişkinlerin %81,7'si Kadın



Türkiye'deki mobil oyun oynayan yetişkinlerin %76,5'i Erkek



Türkiye'deki mobil oyuncular

Erkek %50,2
Kadın %49,8

Kaç yaşındalar?



Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

Türkiye'deki mobil oyuncuların en sevdiği oyun türü olarak ilk sırada herkesin tahmin edeceği üzere yüzde 49,2 ile aksiyon-macera oyunları yer alırken ikinci ve üçüncü sırada ise, yüzde 46,2 ile puzzle ve yüzde 45,7 ile yarış oyunları yer alıyor.

En Sevilen Oyun Türleri

Aksiyon-Macera - %49,2

Puzzle - %46,2

Yarış %45,7

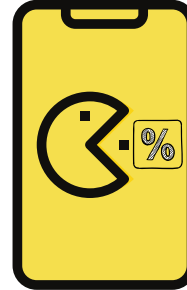
Spor %45,6

Strateji %39,3

Simülasyon %38,3

Kart Oyunları %26,3

Role-Play %21,1



Özellikle Türkiye, senelik bazdaki oyun içi elde edilen gelirlere baktığımızda, sevilen oyun türleri ile para harcanan oyun türlerinin aynı olduğunu görüyoruz.



Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

Mobil oyuncuların kişisel ilgi alanlarına baktığımızda ise filmler ve müzik yüzde 81,7 ve yüzde 72,8 ile ön plana çıkıyor. Teknoloji ve yeme-içme ise yüzde 70,5 ve yüzde 70,1 ile sırası ile takip ediyor. Özellikle televizyonun artık ikinci ekran olarak adlandırıldığı bu günlerde mobil oyuncuların yüzde 60,6'sı televizyon izlerken eş zamanlı olarak mobil oyun oynuyor.

Türkiye'deki Mobil Oyuncuların Kişisel İlgi Alanları

Film / Sinema - %81,7
 Müzik - %72,8
 Teknoloji - %70,5
 Yemek & İçecek - %70,1
 Haberler & Güncel Olaylar - %67,8

İkinci Ekran Aktiviteleri - TV izlerken neler yapıyorlar?

Sosyal medya kullanıcıları: %80,4
 Arkadaşlarıyla sohbet ediyorlar / mesajlaşıyorlar: %69,3
 Oyun oynuyorlar: %60,6
 Maillerini okuyorlar: %56,3
 Satın alacakları ürünü araştırıyorlar: %52,8
 Haberleri okuyorlar: %47,2
 İzledikleri içerik hakkında araştırma yapıyorlar: %43,6
 İzledikleri programın çevrimiçi içeriğiyle etkileşim kuruyorlar: %14,9
 İzledikleri içerik hakkında fikirlerini paylaşıyorlar: %14,5



Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

Mobil oyuncular, oyun bağımsız günde 4 saatten fazla telefonlarında vakit geçiriyorlar. Arama motorları, sosyal ağlar, video platformları, anlık mesajlaşma uygulamaları ve haber siteleri ise en çok vakit geçirilen çevrim içi alanlar olarak dikkat çekiyor.

Medya Kanalı	1 saatten daha az	1-3 saat	3-5 saat	5 saatten daha fazla
Cep Telefonu	%13,7	%33,6	%22,3	%30,3
Bilgisayar	%30,1	%28,8	%16,1	%24,9
Televizyon	%33,9	%37	%17,3	%11,8
OTT (Medya abonelik servisleri)	%73,1	%16,8	%5,5	%4,6



Türkiye'de Android Oyun Dünyası

Google Play'de 171.986 oyun yayıncısı arasında **2.689'dan fazla** Türk yayıncı bulunmaktadır.

Google Play'de 439.890 oyun arasında Türk yayıncıların sunduğu **8.055'ten fazla** oyun bulunmaktadır.

Türk yayıncıların Google Play'deki 8.055'in üzerindeki oyunlarının ortalama puanı 5 üzerinden 3.94'tür. Bu, tüm mobil oyunların genel ortalama puanı olan 3.76'dan daha iyidir.

Türk yayıncıların oyunlarının %3'ü ücretli kategorisinde, %87'si reklam içermektedir. Oyunlarının %28'inde ise uygulama içi ödemelerden yararlanılmaktadır.

Türk yayıncıların oyunlarının sadece %18'i hem Google Play hem de App Store mevcuttur.



Türk Oyuncular İçin Yerelleştirme Neden Olmazsa Olmazlardan?

Education First English Language School'un, dünyanın dört bir yanından 100 ülkenin katılımıyla gerçekleştirdiği 2020 İngilizce Yeterlilik Endeksi'ne göre, Türkiye bir önceki yıla göre aşama kaydetmiş görünüyor. Bu oldukça sevindirici.

Tabloya göre, Hollanda daha önceki yıllarda olduğu gibi, İngilizce konuşma oranında hala 1 numara. Türkiye ise 100 ülkenin yer aldığı listede 10 basamak ilerleyerek 79. sıradan 69. sıraya gelmiş durumda.



Türk Oyuncular İçin Yerelleştirme Neden Olmazsa Olmazlardan?

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

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



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

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



Müzik, Oyunun Vazgeçilmez Bir Parçası

Spotify verilerine göre, 2020 yılında oyun konsolları üzerinden müzik ya da podcast dinleme oranı dünya genelinde yüzde 55 arttı. Bu oran Türkiye’de ise daha da yüksek. Türkiye’de 2020 yılında oyun severlerin oyun konsolları üzerinden müzik ya da podcast dinleme oranında yüzde 62’lik bir artış olduğu gözlemlendi.

Spotify verilerine göre, oyun konsollarında müzik ya da podcast dinleme, 2020 yılında dünya genelinde yüzde 47, Türkiye’de ise yüzde 66 oranında artış ile en çok sabah erken saatlerde (06:00 -09:00) gerçekleşti. Yapılan analiz, Spotify entegrasyonu bulunan Xbox ve Playstation gibi oyun konsolları üzerinden gerçekleşen dinlenmelere dayanmaktadır.



SPOTIFY 2020 ÖZETİ – TÜRKİYE’DE OYUN KONSOLLARINDA EN ÇOK DİNLENENLER

Türkiye’de Oyun Konsollarında En Çok Dinlenen Sanatçılar

- Ezhel
- Travis Scott
- XXXTENTACION
- Murda
- Ben Fero



Müzik, Oyunun Vazgeçilmez Bir Parçası

SPOTIFY 2020 ÖZETİ – TÜRKİYE'DE OYUN KONSOLLARINDA EN ÇOK DİNLENENLER

Türkiye'de Oyun Konsollarında En Çok Dinlenen Kadın Sanatçılar

- Billie Eilish
- Sezen Aksu
- Zeynep Bastık
- Didomido
- Tones and I

Türkiye'de Oyun Konsollarında En Çok Dinlenen Şarkılar

- "Falling" - Trevor Daniel
- "The Box" - Roddy Ricch
- "goosebumps" - Travis Scott
- "Dolunay" - Enes Batur
- "Roses-Imanbek Remix" - Imanbek, SAINT JHN

Türkiye'de Oyun Konsollarında En Çok Dinlenen Video Oyun Soundtrack'leri

- The Witcher 3: Wild Hunt - Marcin Przybyłowicz
- Interstellar (Original Motion Picture Soundtrack) - Hans Zimmer
- The Witcher (Music from the Netflix Original Series) - Sonya Belousova

Türkiye'de Oyun Konsollarında En Popüler Podcast Yayınları:

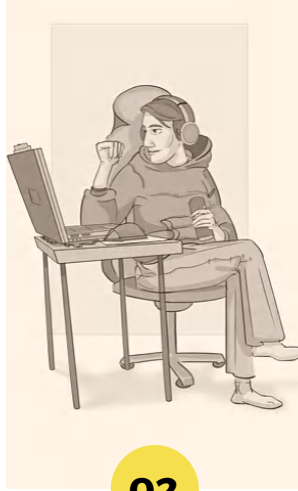
- O Tarz Mı?
- Socrates Podcasts
- KALT'ın Podcast'i
- Fularsız Entellik
- Umarım Annem Dinlemez



Türk Oyuncularının Karakteristik Özellikleri



30 - 40 Yaş Arası Oyuncu



25 - 30 Yaş Arası Oyuncu



18 - 24 Yaş Arası Oyuncu



12 - 18 Yaş Arası Oyuncu



Türk Oyuncularının Karakteristik Özellikleri

01

30 - 40 Yaş Arası Oyuncu

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

02

25 - 30 Yaş Arası Oyuncu

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

03

18 - 24 Yaş Arası Oyuncu

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

04

12 - 18 Yaş Arası Oyuncu

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



Türk Oyun Pazarı Ne Durumda?

2020'yi geride bırakırken, hayatımızın her alanını etkileyen pandemi süreci oyun sektörünü de direkt olarak etkiledi. Zaten büyümekte olan oyun sektörünün büyüme hızı pandemi sebebiyle daha da hızlandı. Tüm dünyadaki bu gelişme Türkiye için de geçerli. Platform bağımsız olarak "Oyun Oynamak" en büyük eğlence kaynağımız oldu. Dolar kurunun hızlı yükselişi bile Türkiye'deki cironun büyümesine engel olamadı.

COVID-19, OYUN VE ESPORU BİR SONRAKİ SEVİYEYE TAŞIDI!



Türkiye'de Oyun Pazarı ve Espor

2020 yılı tümüyle tüm istatistikleri farklı değerlendirmemiz gereken bir sene oldu. Tüm eğlencenin evlerimizin içinde sınırlandırılmak zorunda olduğu 2020'de daha önce hiç oyun oynamamış kişiler bile oyun oynadı. Bu hem oyuncu sayısının artmasına hem de neredeyse en büyük eğlence kaynağımız olan oyuna harcanan paranın da artmasına sebep oldu.

Hype-casual oyunlar yeni oyuncular için trend olurken, hardcore oyuncular bir önceki sene gibi; Battle Royale, FPS, Strateji ve MOBA oyunlarını tercih etti. Her kitlenin sevebileceği türdeki Among Us, Fall Guys gibi casual oyunlar dönemsel olarak sektöre damga vurdular.

Türkiye 2020'de mobilde PUBG Mobile, Brawl Stars, Garena Free Fire, Kafa Topu 2, ROBLOX, 101 Okey Plus, Mobile Legends Bang Bang, Lords Mobile ve benzeri oyunları tercih ederken, hyper-casual ve puzzle oyunları genel oyuncu kitlesinin tercihi oldu.

Offline etkinliklerin yerini online turnuvalara devretti. Düzenlenen sayısız turnuva, oyuncular ve aynı zamanda markalar için yeni bir dünya yarattı. Esporun çehresi değişti ve gelişti. Takım sayısı ve sponsor markaların sayısı da arttı. 5,5 milyona yakın esport sever ekosistemi beslemeye devam ediyor. İnternet kafelerimiz ve oldukça yüksek yatırımlarla kurulan esport arenalarımız ise maalesef bu dönemi pas geçmek durumunda kaldı.

En önemlisi ise; oyun sektörü en fazla yatırım alan sektör oldu. Türkiye'nin ilk unicorn'u bir oyun firması oldu; Peak Games. Kısa sürede başarı yakalayan ve hisse satışı gerçekleştiren Rollic Games gibi firmalar ve üst düzey kalitede (AAA) oyunlarla yarışacak seviyede satış desteği bulan PC oyunumuz Mount & Blade Bannerlord tüm gözlerin oyun sektörüne yönelmesine sebep oldu. Hyper-casual oyunlarda ülkemizin üretim hızı ve kalitesi arttı.



Türkiye'de Oyun Pazarı ve Espor

2020'nin En Çok Dikkat Çeken 3 Büyük Olayı

- Mart 2020'de saat 13:00'de erken erişime açılan Mount & Blade II: Bannerlord, yayınlandığı saatte **100 bin** anlık kullanıcıya erişerek yeni bir rekor kırdı.
- Rollic Games, **168 milyon dolara** ABD'li Zynga'ya resmen satıldı.
- Yerli mobil oyun şirketi Peak Games, **1.8 milyar dolar** karşılığında, diğer bir deyişle 12 milyar TL'nin üzerinde bir tutara, dünyanın en büyük oyun firmalarından ABD merkezli Zynga'ya satıldı.



En Fazla Yatırım Alan Sektör: Oyun!

2020'nin ilk çeyreğinde startuplar toplam 19 milyon dolarlık yatırım alırken, ikinci çeyrekte bu rakam 28,3 milyona ulaştı. Rapora göre, startup yatırımları üçüncü çeyrekte 45,8 milyon dolara yükseldi. 2020'nin dokuz aylık döneminde oyun sektöründe gerçekleşen hisse satışı işlemlerinin yaklaşık 2 milyar dolarlık işlem hacmi yaratması, oyun sektörünü en fazla yatırım alan sektör konumuna taşıdı.



2020 yılının ilk üç çeyreğinde oyun alanında Peak Games ve Rollic Games'in Amerikalı Zynga tarafından 1.8 milyar dolar ve 168 milyon dolar ile satın alınması raporda da öne çıkan işlemler oldu. Finansal teknoloji tarafında bulunan ve oyun sektöründe de oldukça iyi bir konumda olan Payguru'nun, Ortadoğu ile Afrika bölgesinin en büyük mobil ödeme şirketlerinden biri olan Tpay'e satışı öne çıktı.



En Fazla Yatırım Alan Sektör: Oyun!

Şirket	Yatırımcı	Yatırım Miktarı
HEY Games	Ludus Girişim Stüdyosu	1.200.000 USD
Bigger Games	Index Ventures, Play Ventures, David Helgason	6.600.000 USD
Daxe Games	Sedat Eryılmaz	1.000.000 TL
Gamer Arena	Roman Neustadter	3.500.000 EURO Değerleme
Click Game Studio	VOR Studio	4.500.000 TL
Axell Studio	Destex Digital, Rasyonel Global	400.000 USD
Gorilla Softworks	WePlay Ventures	2.500.000 TL Değerleme
Hoody	WePlay Ventures	1.800.000 TL Değerleme
Funmoth Games	WePlay Ventures, Matchingham Games	10.500.000 TL Değerleme
Madcraft Studios	WePlay Ventures	2.000.000 TL Değerleme
Gnarly Game Studio	WePlay Ventures	5.000.000 TL Değerleme / 500.000 TL Tohum Yatırım
Fabrika Games	Voodoo	Bilgi Bulunamamıştır
Rare Forge	Mynet	%50 Hisse Satın Alımı
Rollic	Zynga	%80 Hisse: 168.000.000 USD
Veloxia	MobileX	440.000 USD
Peak Games	Zynga	1.800.000.000 USD
Coda	London Venture Partners	4.000.000 USD
Onnect (Oyun)	Rollic	6.000.000 USD
Forge Games	WePlay Ventures	2.600.000 TL Değerleme
Cyroscooping Games	WePlay Ventures	2.200.000 TL Değerleme İle Tohum Yatırım
Brew Games	Actera Türk	4.000.000 USD
Fiber Games	Boğaziçi Ventures	30.000.000 TL Değerleme / 3.000.000 TL Yatırım



Not: 2021'in ilk çeyreğinde yer alan bazı yatırımlara da listede yer verilmmiştir. Liste çıkan haberlerden araştırılarak derlenmiştir. Listedeki eksik var ise bize ulaşılması durumunda liste güncellenecektir.



Türkiye Esport Federasyonu TESFED

Röportaj

Federasyon Başkanımız olarak 2020'nin kısa bir değerlendirmesini alabilir miyiz?

Covid-19, sadece ülkemizde değil tüm dünyada aslında hiç beklemediğimiz, hazırlıksız yakalandığımız uzun bir süreç oldu. Gerek bireysel yaşamlarımız gerekse ticari hayatta her birimizde çok farklı etkiler bıraktı. Pandeminin sona ermesiyle beraber geride izlerinin kalacağına ve bundan sonra hayatın her alanında belli oranda dönüşümler yaşanacağına inanıyorum. Oyun ve espor özelinde baktığımızda ise evde kalma sürelerinin artmasıyla birlikte, online ortamda olmaları ve bir anlamda güvenli sosyalleşme imkanı sağlamları nedeniyle doğal olarak bu alanlara ilgi artışı gösterildi. Yeni oyuncu sayıları ve espor izleyici oranları ortalama %20 oranında arttı. Gerek federasyonumuzun gerek oyun firmalarının düzenledikleri özel turnuvalarla da bu dönemde insanların evde kalma süreçleri desteklenmeye gayret edildi.

TESFED, 2020 yılında Türkiye'de esporun tabana yayılması ve Türkiye'nin uluslararası alanda marka bir ülke olması adına pek çok önemli başarıya imza attı.



ALPER AFŞİN ÖZDEMİR
TESFED BAŞKANI



Türkiye Esport Federasyonu TESFED

Röportaj

Federasyon Başkanımız olarak 2020'nin kısa bir değerlendirmesini alabilir miyiz?

Bu yıl ikincisi düzenlenen Bitexen TEFED Türkiye Kupası, 700 bin esport taraftarına ulaşarak, esportun kitlelere sevdirmesi yolunda önemli bir başarıya imza atarken, Kupa'da düzenlenen NBA2K turnuvasının şampiyonlarından oluşan milli takımımız ise ülkemize şampiyonluğu getirerek göğsümüzü kabarttı. Uluslararası Basketbol Federasyonu'nun düzenlediği "FIBA Esports Open"da milli takımımız, tüm rakip ülke takımlarını yenerek Türkiye'ye namağlup bir şampiyonluk armağan etti. TEFED Türkiye Kupası'nın Dota 2, Tekken 7 ve PES şampiyonları da Ekim ayında Uluslararası Esport Federasyonu (IESF) Dünya Şampiyonası bölge elemelerine katılarak ülkemizi resmi olarak temsil etti.



ALPER AFŞİN ÖZDEMİR
TESFED BAŞKANI



Türkiye Esport Federasyonu

TESFED

TESFED 2020 Yılı Faaliyetleri - TEFED olarak 2020'de neler yaptık?

Avrupa Esport Federasyonu'nun Kuruluşu / 21 Şubat 2020: Avrupa Esport Federasyonu, Türkiye E-Sport Federasyonu'nun aktif rol aldığı 1,5 yıllık hazırlık sürecinin ardından 23 üye ülkenin katılımıyla 21 Şubat Cuma günü kuruldu. Avrupa Esport Federasyonu tarafından yapılan ilk seçimde TEFED kurucu üye olurken, TEFED Başkanı Alper Afşin Özdemir, 22 geçerli ülke oyunun 19'unu alarak kurucu yönetim kurulu üyesi seçildi. Türkiye, Avrupa Esport Federasyonu'nda söz sahibi ülkelerden biri oldu.

TESFED "#EvdeKal Kupası" / 27 Mart 2020: Covid-19 tehdidinde kaşı bilinçlendirmek ve #EvdeKal Kampanyasına destek vermek için, Papara iş birliğiyle 50 bin TL ana ödül havuzlu, herkese açık "#EvdeKal Kupası" düzenlendi.

TESFED ve HADO Türkiye arasında iş birliği protokolü / 17 Haziran 2020: Türkiye'de esportun gelişimine destek vermek prensibi kapsamında "Geleceğin Sportu" sloganıyla Türkiye pazarına giren Japonya merkezli geliştirici firma Meleap Inc. adına HADO Türkiye ile iş birliği protokolü imzalandı. İş birliği protokolü, Türkiye Hado Milli Takımı kurulması, ülke çapında turnuvalar ve organizasyonlar düzenlenmesini içeriyor.



Türkiye Esport Federasyonu TESFED

TESFED 2020 Yılı Faaliyetleri - TEFED olarak 2020'de neler yaptık?

Bitexen TEFED Türkiye Kupası / 2 Ekim - 15 Aralık 2020: Türkiye E-Spor Federasyonu'nun (TESFED) düzenlediği Türkiye'nin tek resmi esport turnuvası, bu yıl "Bitexen TEFED Türkiye Kupası" adıyla ikinci kez hayata geçirildi. Bu sporun geniş toplum kesimlerine ulaşmasında, bilinirliğinin artmasında, tabana yayılmasında önemli bir görev üstlenen turnuva, 2.491 esportcunun katılımıyla ve 700.000'i aşkın esport taraftarına ulaşarak önemli bir başarıya imza attı.

IESF 2020 Bölgesel Turnuvaları'nda ilk kez resmi temsil sağlandı /

20 Ekim 2020: "Bitexen TEFED Türkiye Kupası'nın turnuvalarında Türkiye'nin yurt dışında ilk kez resmi temsilini sağlayacak 3 şampiyon da belirlendi. TEFED Türkiye Kupası'nın Dota-2, Tekken 7 ve PES turnuvalarının şampiyonları, Uluslararası Esport Federasyonu'nun (IESF) bu 3 oyun için 20 Ekim-20 Kasım tarihlerinde düzenlediği IESF 2020 Bölgesel Turnuvaları'na Türkiye adına katıldı.



Türkiye Esport Federasyonu TESFED

TESFED 2020 Yılı Faaliyetleri - TEFED olarak 2020'de neler yaptık?

Gaming Day / 15 Aralık 2020: Wavemaker Türkiye tarafından düzenlenen Groupm Gaming Day'e katılım sağlandı. Etkinliğin açılış konuşması TEFED Başkanı Alper Afşin Özdemir tarafından gerçekleştirildi.

2'inci E-Spor Zirvesi / 22 Aralık 2020: Turkuvaz Medya bünyesindeki PARA tarafından düzenlenen Esport Zirvesi'ne katılım sağlandı. Esportun paydaşlarını bir araya getiren online zirvenin açılışında TEFED Başkanı Alper Afşin Özdemir bir konuşma yaptı.

Lisanslı esportcuların ve esport takımlarının güncel Sayısı: 2 yılda 194'ü kadın olmak üzere toplam 2.439 esportcu TEFED tarafından lisanslandı. Bu sürede lisanslı kulüp sayısı 125'e çıkarken, 2019 yılında 3 adet olan esport salonu sayısı ise 19'a yükseldi.



Türkiye Esport Federasyonu TESFED

Röportaj

TESFED 2021 Stratejileri

2021 yılında hızlı bir toparlanma süreci bekliyorum. Bu anlamda Federasyon olarak çalışmalarımıza kaldığımız yerden ve hedeflerimiz doğrultusunda devam etmeyi planlıyoruz. TEFED'in temel amacı Türkiye'yi esporda dünyanın sayılı ülkelerinden biri haline getirmek. Şimdiye kadar bu konuda önemli adımlar attık, özellikle geride bıraktığımız yılda uluslararası çapta başarılarla da imza attık. Uluslararası arenada yeni başarılar ve şampiyonluklar kazanmak, ülke içinde ise esporu geniş kitlelere yaymak için çalışmalarımıza daha da yoğunlaştırarak devam edeceğiz. 2021 yılında bu anlamda önemli adımlar atacağız.

TESFED'in 2020 stratejisinde yapabildiklerimiz ve mevcut salgından dolayı yapamadıklarımız Ulusal kupa organizasyonlarında offline ve seyircili olarak yaptığımız final karşılaşmalarını bu yıl pandemi nedeniyle online ortamda gerçekleştirdik.



ALPER AFŞİN ÖZDEMİR
TESFED BAŞKANI



RIOT GAMES

2019 - 2020

Röportaj

RIOT Games olarak 2020'nin kısa bir değerlendirmesi

2020 yılı bizim için bir oyun şirketinden, eğlence şirketine dönüşüm noktasında büyük ilerlemeler kaydettiğimiz bir yıl oldu. Birkaç sene öncesine kadar sadece dünyanın en çok oynanan PC oyunu League of Legends'a sahipken, bugün toplam 5 oyunumuz, sanal müzik grubumuz, Netflix belgeselimiz, animasyon dizimiz ve milyonları ekran başına, binleri ise fiziksel olarak bir araya getiren espor etkinliklerimizle bambaşka bir noktaya evrildik.

Yeni oyunlarımızla birlikte farklı oyun türleri ve platformlarını keşfettik. League of Legends gibi dünya oyun tarihine adını altın harflerle yazdırmayı başaran bir oyunun ardından, yeni çıkaracağımız her bir oyun için beklentinin çok fazla olacağını biliyorduk. Gördüğümüz büyük ilgi, bu beklentileri karşıladığımızı ve doğru bir yolda olduğumuzu bize gösterdi. Özellikle Valorant ve League of Legends: Wild Rift'le oyun dünyasında dengeleri yeniden değiştirdiğimizi düşünüyorum.



ERDİÑÇ İYİKÜL
RIOT GAMES
TÜRKİYE ÜLKE
MÜDÜRÜ

RIOT
GAMES



RIOT GAMES

2019 - 2020

Röportaj

Riot Games olarak 2021 hedefleriniz

2021 hedeflerimizin detaylarından kısaca bahsedecek olursam; Valorant bizim için oldukça önemli ve başarılı bir ürün. Çıkışından bu yana Türkiye'den oyuncuların ilgisini çekmeyi başardı. Onlara sürekli yeni içerikler sunarak bu ilgiyi arttırmayı hedefliyoruz. Amacımız güçlü başladığımız bu yolda en fazla oynanan taktiksel FPS oyunu olmak. Mobil tarafta ise Legends of Runeterra'nın ardından Wild Rift ile yeni deneyimleri, oyuncularımıza en iyi şekilde sunmak için çalışmalarımıza devam ediyoruz. Bu kapsamda, PC oyunlarımız ile ulaşamadığımız oyunculara ulaşabilmek istiyoruz. Sadece bir oyun deneyimi ile değil oluşturduğumuz topluluğun cazibesini göstererek bunu başaracağız. Bu sayede hem topluluğumuzun genişlemesini sağlayıp hem de güçlü girdiğimiz mobil pazar içerisinde daha fazla paya sahip olmayı hedefliyoruz.

Son olarak, bir eğlence şirketi olarak içeriklerimizi farklılaştırarak, farklı mecralar ve farklı platformlar ile daha geniş kitleler ile bir araya gelmek istiyoruz. Ayrıca oyunlarımızı oynayan herkesin hayatına dokunmayı, onları heyecanlandıran içerikler sağlamaya devam etmek istiyoruz.



ERDİÑÇ İYİKÜL
RIOT GAMES
TÜRKİYE ÜLKE
MÜDÜRÜ

RIOT
GAMES



ZULA'nın Gözünden 2020

Röportaj

2020 yılı sizin için nasıl geçti?
Oyun ve esport sektöründe neler yaptınız?

Pandemi süreci insanların hareketliliğini kısıtladığı için, milyonlarca insanın evde daha fazla zaman geçirmeye başlaması nedeniyle her türlü dijital içerik tüketimi de doğal olarak artış gösterdi.

Oyuncu sayısında ve eski oyuncuların oyuna dönüşünde büyük artışlar yaşadığımızı söyleyebiliriz. Günlük aktif kullanıcı sayımız %20 artarken, aylık kazandığımız yeni kullanıcı sayısı ise %15'lik bir artış gösterdi.

Bu dönemde, biz InGame Group olarak, oyuncu sayısının artmasını da göz önüne alarak oyuncuları bilinçlendirmeye dönük bir çalışma yapmak istedik. Bu çerçevede Sağlık Bakanlığı'nca açıklanan 14 kuralla ilgili hatırlatmalar yapmaya başladık.

Oyuncuların bu dönemde evde kalmasını desteklemek amacıyla da #EvdeKal etkinlikleri düzenlemeye başladık ve hem oyun içerisinde hem de partnerlerimizden gelen hediyelerle, eğlenceye kazancı da dahil ettik.



GENCO ALP
INGAME GROUP
KURUCU ORTAK
CEO

ZULA

IN GAME GROUP



ZULA'nın Gözünden 2020

Röportaj

2020 yılı sizin için nasıl geçti?

Oyun ve espor sektöründe neler yaptınız?

Öte yandan yerli bir oyun firması olmanın bize verdiği sorumlulukla ülkemizde esporu geliştirmek için kendi katkımızı sunmaya büyük önem veriyoruz. Bu kapsamda Federasyonumuz TESFED öncülüğünde, "Her Oyunun Başı Sağlık" adını verdiğimiz projeyi hayata geçirdik. Bilinçli esporcuların yetişmesi için yol gösterici bir kılavuz olacak bu proje, sadece Türkiye'de değil, dünyada da benzeri olmayan bir ilk örnek niteliğini taşıyor.

Bu yıl ayrıca Vodafone'un gençlik markası Vodafone Freezone ile stratejik bir ortaklığa imza attık. Ortaklık kapsamında, Türkiye'nin ilk oyun tarifesini sunan Vodafone FreeZone ile ayrıca ortak Zula turnuvası da düzenlemeyi kapsıyor. Vodafone FreeZone ayrıca, InGame Group ile birlikte kurduğu ortak mimari yapısıyla oyuncuların Zula Mobile platformundaki gecikme süresinde 5 ms'ye varan iyileşmeler sağlıyor.

Pek çok etkinlik düzenledik. Bunlardan 8 Mart nedeniyle düzenlediğimiz "Zula Kadınlar Turnuvası"nın ikincisini gerçekleştirdik. Özel günlerde Zula oyun özelinde Ramazan ayında oyuncuların çeşitli ödüller kazandığı Ramazan etkinlikleri, 30 Ağustos Zafer Bayramı'nda Zula Influencer Cup, 29 Ekim Cumhuriyet Kupası, 4 Ekim Hayvanları Koruma Günü'nde, Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG) ve PawPaw Türkiye desteğiyle düzenlediğimiz ve oyuncuların sokak hayvanlarına mama bağışladığı "Tüygeneraller Kampanyası" bunlardan sadece bazıları... Türkiye'nin tek resmi yerli espor ligi olan "Zula Süper Lig" de bir yandan devam ediyor.



GENCO ALP
INGAME GROUP
KURUCU ORTAK
CEO

ZULA
ZULA

IN GAME
GROUP



ZULA'nın Gözünden 2021

Röportaj

2021 hedefleriniz nedir, sizlerden ne gibi yenilikler duyacağız?

2021 yeni oyun projelerine başlayacağımız bir yıl olacak. Dolayısıyla gerek Türkiye gerekse Berlin ofisimizde istihdam anlamında genişleme planlıyoruz.

Türkiye'de ve dünyada 30 milyon oyuncusu bulunan, sevilen MMOFPS oyunumuz Zula, titiz bir geliştirme sürecinin ardından, "Zula Mobile" adıyla bu yıl cep telefonlarına girdi. Zula Mobile için InGame Group'un geliştirici ekibi aralıksız çalışmaya ve oyunu mükemmelleştirmeye devam ediyor. Büyük beklentimiz olan Zula Mobile için globalde lansmanı 2021 yılı içerisinde gerçekleştireceğiz. Böylece umuyoruz ki, global anlamda başarı sağlayan yeni bir oyunu daha oyun severler ile buluşturmuş olacağız.

MMOFPS türü bilgisayar oyunumuz Zula severleri daha fazla memnun edebilmek için daha fazla içerik ürettik ve üretmeye devam edeceğiz. Online olarak düzenlediğimiz espor turnuvaları çeşitlenerek rekabeti en üst seviyeye çıkaracak bir noktaya doğru gidecek.



GENCO ALP
INGAME GROUP
KURUCU ORTAK
CEO

ZULA

IN GAME GROUP



Bir Dev, Pazara Merhaba Diyor ONEDİO Gaming

Röportaj

Onedio olarak 2012 yılında yayın hayatımıza başlayıp, Türkiye'nin en çok konuşulan, en çok paylaşılan içeriklerine imza attık. Gündem haberlerinden magazine, spor haberlerinden bilim ve teknolojiye, en ilginç tarihsel gerçeklerden en iyi dizi/film önerilerine kadar onlarca kategoride on binlerce içerik ürettik ve üretmeye devam ediyoruz. Onedio.com'dan ve Onedio'nun sahip olduğu sosyal medya kanallarından her gün en az 5 milyon kişiye dokunuyoruz.

Artık, bugüne kadar biraz da ihmal ettiğimizi düşündüğümüz bir içerik dikeyine ciddi şekilde odaklanmanın zamanı geldi. Dünyanın en büyük içerik ve eğlence pazarı olan oyun endüstrisinin bir parçası olacağız. Hem de bu sefer bu işi Türkiye'de en iyi yapan kurumlardan birisi olan Gaming in Turkey ile güçlerimizi birleştirdik. Onedio'nun erişimi, editoryal sistemi, sosyal medya kanalları, yeni medya üzerindeki bilgi ve tecrübesini; GiT'in oyun sektörüne dair derin birikimi, sektör paydaşlarıyla olan ilişkileri ile birleştirerek **"Onedio Gaming"** markasını ortaya çıkardık.

Çok uzun yıllardır aktif bir oyuncu olarak beni de çok heyecanlandıran Onedio Gaming projesi ile oyun ve espor dünyasına dair yazılı içerikler üretecek, haberler yazacak, canlı yayınlar yapacak, videolar üretecek, turnuvalar düzenleyeceğiz. Bizleri Onedio.com altında Onedio Gaming sekmesinden ve tüm sosyal ağlarda Onedio Gaming hesaplarından takip edebilirsiniz. Çok güzel gelişmelerle, çok yakında görüşmek dileğiyle!



KAAN KAYABALI
FOUNDER
ONEDİO



2019



2020

**Türkiye Oyun
Sektörü 2019
&
Türkiye Oyun
Sektörü 2020
Karşılaştırması!**





NÜFUS

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- 2019 Türkiye Nüfusu: **83.154.997**
- **%23,1** 0 - 14 Yaş
- **%67,8** 15 - 64 Yaş
- **%9,1** 64 Yaş ve Üzeri



- 2020 Türkiye Nüfusu: **83.614.362**
- **%22,8** 0 - 14 Yaş
- **%67,7** 15 - 64 Yaş
- **%9,5** 64 Yaş ve Üzeri

2019

2020

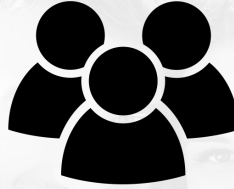
Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)



İNTERNET KULLANICILARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- İnternet Kullanıcıları:
62.200.000+



- İnternet Kullanıcıları:
66.055.000+

- Nüfusun %75,3'ü
internete bağlı

- * 16-74 yaş grubundaki bireyler
- * Evden internete erişim imkanı %88,3

2019

- Nüfusun % 79'u
internete bağlı

- * 16-74 yaş grubundaki bireyler
- * Evden internete erişim imkanı %90,7
- * Cinsiyete göre İnternet kullanım oranı
Erkek %84,7 - Kadın %73,3

2020

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)



SOSYAL MEDYA KULLANICILARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- Aktif Sosyal Medya Kullanıcıları: **53.700.000**



- Aktif Sosyal Medya Kullanıcıları: **55.000.000**

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

2019

2020



MOBİL KULLANICILAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- Mobil Kullanıcılar: **82.000.000+**
- **%98-99** Mobil / Nüfus
- **%75 -80** Akıllı Telefon / Mobil
- Akıllı Telefon Kullanıcıları:
55.000.000 (+ / -)



- Mobil Kullanıcılar: **82.800.000+**
- **%99,6** Mobil / Nüfus
- **%75 -80** Akıllı Telefon / Mobil
- Akıllı Telefon Kullanıcıları:
55.500.000 (+ / -)
- 4.5G Abone Sayısı: 76.5 Milyon
- 3G Abone Sayısı: 4.4 Milyon

2019

2020



OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- Oyuncular: **32.000.000+**
- Toplam Oyun Hasılatı:
830.000.000 USD (+ / -)



- Oyuncular: **36.000.000+**
- Toplam Oyuncu Hasılatı:
880.000.000 USD (+ / -)

- Mobil: 450.000.000 USD (+ / -)
- PC: 230.000.000 USD (+ / -)
- Konsol: 200.000.000 USD (+ / -)

1 Dolar = 5,6826 TL

2019

1 Dolar = 7,0234 TL

2020



OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

Oyuncular Dağılımları (Tahmini)

- **MOBİL:** 35 Milyon Oyuncu



- **PC:** 22 Milyon Oyuncu



- **KONSOL:** 17 Milyon Oyuncu

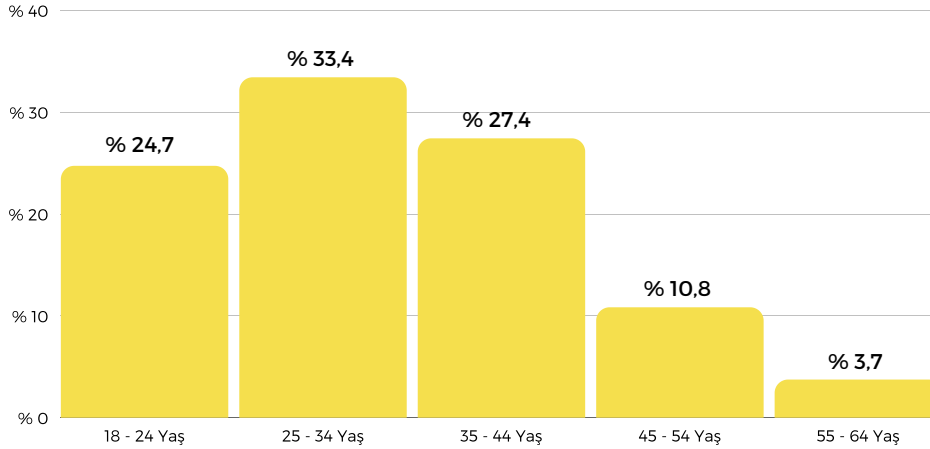


2020



YAŞA GÖRE OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



Yaşa Göre Oyuncular 2019

18 - 24 yaş	% 21,87
25 - 34 yaş	% 34,95
35 - 44 yaş	% 28,60
45 - 54 yaş	% 11,21
55 - 64 yaş	% 3,36

Yaşa Göre Oyuncular 2020

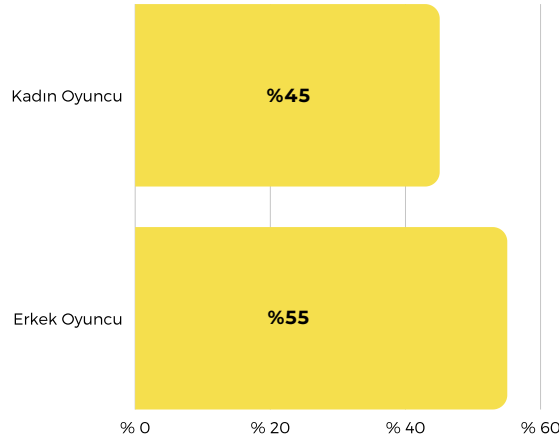
18 - 24 yaş	% 24,7
25 - 34 yaş	% 33,4
35 - 44 yaş	% 27,4
45 - 54 yaş	% 10,8
55 - 64 yaş	% 3,7

2020



CİNSİYETE GÖRE OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

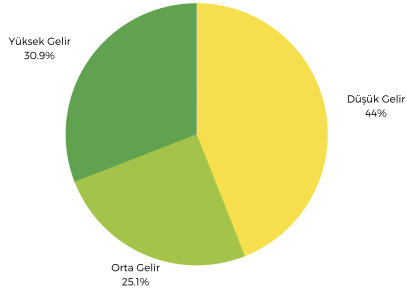


2020

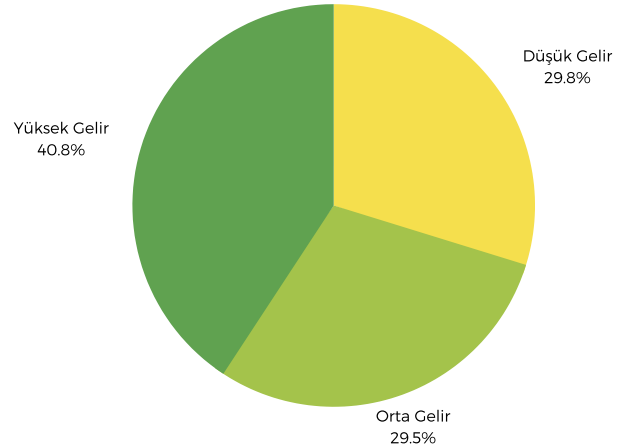


GELİRE GÖRE OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



2019



2020



TOP 15 MOBİL OYUN - ÜCRETSİZ OYUNLAR İNDİRME

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



1	PUBG Mobile - Tencent	15.730.000 +
2	Brawl Stars - Supercell	10.530.000 +
3	Subway Surfers - Sybo	8.500.000 +
4	Brain Test: Tricky Puzzles - Unico Studio	8.200.000 +
5	Gardenscapes - New Acres - Playrix	7.500.000 +
6	Kafa Topu 2 - Masomo	7.300.000 +
7	Bus Simulator: Ultimate - Zuuks Games	7.200.000 +
8	Among Us! - InnerSloth	6.220.000 +
9	Tiles Hop: EDM Rush	6.000.000 +
10	Batak - Alper	6.000.000 +
11	Scary Teacher 3D - Z&K Games	5.950.000 +
12	My Talking Tom Friends - Outfit7	5.750.000 +
13	Candy Crush Saga - King	5.700.000 +
14	My Talking Tom 2 - Outfit7	5.650.000 +
15	ROBLOX - Roblox	5.600.000 +



TOP 15 MOBİL OYUN - ÜCRETLİ OYUNLAR İNDİRME

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



1	Minecraft Pocket Edition - Mojang	115.000 +
2	Başkanlar - Fatih Beceren	60.000 +
3	Plague Inc - Ndemic Creations	55.000 +
4	Hitman: Sniper - SQUARE ENIX	45.000 +
5	Construction Simulator 2014 - Astragon	42.000 +
6	Football Manager 2020 Mobile - SEGA	39.000 +
7	Earn To Die - Not Doppler	35.000 +
8	RFS - Real Flight Simulator - RORTOS	31.000 +
9	Justice Gun 2 - Rigbak	26.000 +
10	Grand Theft Auto: San Andreas - Rockstar Games	23.000 +
11	Earn To Die - Not Doppler	18.000 +
12	Bridge Constructor - HeadUpGames	15.000 +
13	Real Drift Car Racing	14.000 +
14	The Sun Origin: Post-apocalyptic	14.000 +
15	Grand Theft Auto: Vice City - Rockstar Games	13.000 +



TOP 10 MOBİL OYUN - GELİR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



1	PUBG Mobile - Tencent	15.000.000 USD +
2	101 Okey Plus - Zynga	9.000.000 USD +
3	Brawl Stars - Supercell	7.400.000 USD +
4	Game Of Thrones: Conquest - Warner Bros	7.000.000 USD +
5	Mobile Legends: Bang Bang - Moonton	6.500.000 USD +
6	Lords Mobile - IGG	6.200.000 USD +
7	Game Of Sultans - Mechanist	5.850.000 USD +
8	Free Fire - Garena	5.100.000 USD +
9	Rise Of Kingdoms - Lilith	5.000.000 USD +
10	MapleStory M - NEXON	4.700.000 USD +
11	Fun Okey 101 - Quick Game	4.500.000 USD +
12	Empires & Puzzles - Small Giant Games	4.300.000 USD +
13	Clash Of Clans - Supercell	4.200.000 USD +
14	State Of Survival - KingsGroup	4.000.000 USD +
15	Days Of Empire - Onemt	3.700.000 USD +



TÜRKİYE'DE EN ÇOK İNDİRİLEN MOBİL UYGULAMALAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



1	TikTok - ByteDance	21.000.000 +
2	WhatsApp Messenger - WhatsApp	19.000.000 +
3	HES - Life At Home - Turkey Ministry Of Health	18.000.000 +
4	Trendyol - Trendyol	16.000.000 +
5	Instagram - Instagram	15.000.000 +
6	Zoom Cloud Meetings - Zoom Video Communications	14.000.000 +
7	e-Devlet - Ministry Of Transport, Maritime and Communications	13.000.000 +
8	Eba - Eba	12.500.000 +
9	Facebook - Facebook	11.000.000 +
10	Hepsiburada - Hepsiburada.com	11.000.000 +
11	LMR - Loyalty Free Music - Lyubomir Hristov	11.000.000 +
12	Facebook Messenger - Facebook	10.000.000 +
13	Telegram - Telegram	10.000.000 +
14	Snapchat - Snap	9.500.000 +
15	Ziraat Mobil - Ziraat Bank	9.500.000 +



TÜRKİYE'DE EN ÇOK HARCAMA YAPILAN MOBİL UYGULAMALAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



1	Azar - Hyperconnect	9.500.000 USD +
2	TikTok - ByteDance	7.000.000 USD +
3	BIGO LIVE - BIGO	6.000.000 USD +
4	LivU - Riley Cillian	5.500.000 USD +
5	Live Chat - Riley Cillian	4.000.000 USD +
6	Tinder - Match Group	4.000.000 USD +
7	Connected2.me - C2M	4.000.000 USD +
8	Who - Call&Chat	3.500.000 USD +
9	Yalla - Yalla	2.500.000 USD +
10	Zynga Poker - Zynga	2.500.000 USD +
11	YouTube - Google	2.500.000 USD +
12	Bermuda - Bermuda Inc.	2.000.000 USD +
13	Kodlama Yap	2.000.000 USD +
14	letgo - letgo	2.000.000 USD +
15	BluTV - Dogan	1.500.000 USD +



DÜNYA GELİR SIRALAMASINDA TÜRKİYE

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- Dünya Sıralaması - Total

18

- Dünya Sıralaması - Mobil

18

2019



- Dünya Sıralaması - Total

18 - 19

- Dünya Sıralaması - Mobil

18 - 19

2020



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- 2K Games
- Arenanet
- Arkane Studios
- Astragon
- Bandai Namco
- Bethesda
- Bioware
- Blizzard/Activision
- Capcom
- CD Projekt Red
- ConcernedApe
- Crytek
- Cubinet
- Deep Silver
- Devolver Digital
- EA Games
- Epic Games
- Facepunch Studios
- Facepunch Studios
- Firaxis Games
- FromSoftware
- Gameforge
- Gameloft
- Garena
- Grinding Gear Games
- Habby
- HeadUpGames
- Hinterland Games
- IGG
- Innersloth
- Ketchapp
- KingsGroup
- Klei Entertainment
- Kojima
- Konami
- Krafton Game Union
- KRAFTON, Inc.
- Larian Studios
- Lilith Games
- Lion Studios
- Mechanist
- miHoYo
- Miniclip
- Mojang
- Moon Studios
- Moonton
- Naughty Dog
- Ndemis Creations
- Netease
- Netmarble
- NEXON
- Nfinity Games
- Nintendo
- Not Doppler
- Obsidian Entertainment
- Onem7
- Outfit7
- Paradox Interactive
- Pearl Abyss
- Playrix
- Psyonix
- Psyonix LLC
- Quick Game
- Relic
- Riot Games
- Roblox Cooperation
- Rockstar
- Rockstar Games
- RORTOS
- SCS Software
- SEGA
- Small Giant Games
- Sony Interactive
- SQUARE ENIX
- Square Enix
- Studio Wildcard
- Supercell
- Supergiant Games
- Sybo
- Techland
- Techland
- Tencent
- Ubisoft
- Unico Studio
- Valve
- Voodoo Games
- Wargaming
- Wargaming
- Warner Bros. Interactive
- Xbox Game Studios
- Z&K Games
- Zynga



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

ŞİRKET

- Alictus
- Alper Games
- Amelos Interactive
- Apphic
- ArcadeMonk
- Arsh Game Studio
- Aryas Games
- Axell Studio
- Babil Studios
- Backpack Games
- Berzah Games A.Ş.
- Black Coco
- CatPath
- Clown Games
- Crania Games
- Crealode Games
- Creasaur Entertainment
- Crescive Games
- Digitoy Games
- Dream Games
- Elite Game Studio
- Enrich Games

WEB SİTESİ

www.alictus.com
www.alpergames.com
www.amelosinteractive.com
www.apphicgames.com
www.arcademonk.com
www.arshgames.com
www.aryasgames.com
www.axellstudio.com
www.babilstudios.com
www.backpack.games
www.berzahgames.com
www.blackcoco.net
www.cataeon.com
www.clown.gs
www.craniagames.com
www.crealodegames.com
www.creasaur.net
www.crescivegames.com
www.digitoy.games
www.dreamgames.com
www.ingamegroup.com
www.enrichgames.com

E-POSTA

hello@alictus.com
info@alpergames.com
 Site Üzerinden
info@apphicgames.com
businessdevelopment@arcademonk.com
 -
 Site Üzerinden
info@axellstudio.com
info@babilstudios.com
info@backpack.games
info@berzahgames.com
contact@blackcoco.net
 -
hello@alictus.com
support@craniagames.com
contact@crealodegames.com
info@creasaur.net
hello@crescivegames.com
support@digitoygames.com
info@dreamgames.com
contact@ingamegroup.com
hi@enrichgames.com



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

ŞİRKET

- Erik Games
- Fabrika Games
- Fiber Games
- Forge Games
- Fugo Games
- Funika Games
- Funmoth Games
- Funpac (Mynet)
- Gamebit Studio
- Gameguru
- GameHub
- Gamester
- Gamikro
- Globe Games
- Gnarly Game Studio
- Good Job Games
- Gram Games
- Günay Studio
- Hammurabi Games
- He2 Apps
- Heisen Games
- HES Games

WEB SİTESİ

www.erikgames.com
www.fabrikagames.com
www.fibergames.com.tr
 -
www.fugo.com.tr
www.funikagames.com
www.funmoth.com
www.funpac.com
www.studiogamebit.com
www.gameguru.net
www.gamehub.gs
www.gamester.com.tr
www.gamikro.com
<https://globalgames.net/>
www.gnarlygamestudio.com
www.goodjobgames.com
www.gram.gs
www.gunaystudio.com/tr/
www.hammurabigames.com
www.he2apps.com
www.heisengames.net
www.hesgames.com

E-POSTA

info@erikgames.com
contact@fabrikagames.com
 Site Üzerinden

info@fugo.mobi
info@funikagames.com
info@funmoth.com
hr@funpac.com
contact@studiogamebit.com
hello@gameguru.net
info@gamehub.gs
 Site Üzerinden
info@gamikro.com
 Site Üzerinden
info@gnarlygamestudio.com
contact@goodjobgames.com
other@gram.gs
info@gunaystudio.com
hammurabi.games@gmail.com
iletisim@he2apps.com
heisengames@gmail.com
info@hesgames.com



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

ŞİRKET

- Hey Games
- Hoodystudios
- Houch Game Studios
- HyperFlow Games
- Hyperlab
- HyperMonk
- Imaginite Studios
- Indie-dir Games
- Jib Games
- Joker Game
- Kodobur
- Kraker Studio
- Lacivert Digital Services
- Leartes Studios
- Libra Softworks
- Lokum Games
- MadByte Games
- Madcraft Studios
- MagicLab Game Tech.
- Mangorama Studio
- Masomo
- Mavis Games
- Mayadem Teknoloji

WEB SİTESİ

www.hey.gs/tr/
www.hoodystudios.com/
http://houch.games/
www.hyperflowgames.com
www.hyperlab.games
www.hypermonkgames.com/
www.imaginitesoft.com
www.indiedir.com
www.jib.gs
www.joker.games
www.kodobur.com/tr
www.krakerstudio.com
www.lacivert.org
<https://leartesstudios.com/>
www.librasoftworks.com
www.lokumgames.com
www.madbytegames.com
www.madcraftstudios.com
www.maglab.com.tr
www.mangoramastudio.com
www.masomo.com
www.mavisgames.com
www.mayadem.com

E-POSTA

info@hey.gs
contact@hoodystudios.com
 -
info@hyperflowgames.com
hello@hyperlab.games
info@hypermonkgames.com
info@imaginitiesoft.com
berk@indiedir.com
info@jib.gs
 -
info@kodobur.com
hello@krakerstudio.com
sari@lacivert.org
leartesstudios@gmail.com
librasoftworks@gmail.com
contact@lokumgames.com
contact@madbytegames.com
 -
hello@maglab.com.tr
contact@mangoramastudio.com
support@masomo.com
saygin@mavisgames.com
iletisim@mayadem.com



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

ŞİRKET

- Mayaworks
- MildMania
- Mobge
- Mobilecraft
- Momentum DMT
- Morallabs
- Mythra Tech
- Narcade
- Negentra
- Neuron Entertainment
- Nitrid Game
- no-pact
- Noho Games
- nowherestudios
- Oldmoustache Gameworks
- Overdose Caffeine
- Oyun Stüdyosu
- Panteon
- Passion Punch Studio
- Peak Games
- Pixega Studio
- Pixofun

WEB SİTESİ

www.maya.works
 www.mildmania.com
 www.mobge.net
 www.mobilecraft.net
 www.momentum-dmt.com/tr/
 www.morallabs.com
 www.mythratech.com
 www.narcade.com
 www.negentra.com.tr
 -
 www.nitrid.com
 www.nopact.com
 www.noho.games
 www.nowherestudios.com
 -
 www.odcaf.com
 www.oyunstudyosu.com
 www.panteon.games
 www.passionpunch.studio
 www.peak.com
 www.pixegastudio.com
 www.pixofun.com

E-POSTA

iletisim@multiplayer.com.tr
 weare@mildmania.com
 -
 support@mobilecraft.net
 Site Üzerinden
 info@morallabs.com
 info@mythratech.com
 zip@nar.club
 info@negentra.com.tr
 financial.anayurt@gmail.com
 ukurt@oyunder.org
 info@nopact.com
 hello@noho.games
 info@nowherestudios.com
 -
 medic@odcaf.com
 info@oyunstudyosu.com
 info@panteon.games
 senem@passionpunch.studio
 contact@peak.com
 info@pixegastudio.com
 info@pixofun.com



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

ŞİRKET

- Playable Factory
- Poison Software Studio
- Proximity Games
- RealityArts Studio
- Recontact Games
- Rockwise Entertainment
- Rog Studios
- Rollic Games
- Ruby Game Studio
- Simsoft
- Sir Studios
- SK Games
- Srio Studios
- Studio Billion
- Studio Gamebit
- Suji Games
- TaleWorlds Entertainment
- Teta Games
- tiplay
- Tiramisu Studios
- Trifles Games
- Udo Games

WEB SİTESİ

www.playablefactory.com
 www.poisonsoftwarestudio.com
 -
 www.realityartsstudio.com
 www.recontactgame.com
 www.rocwise.com
 www.rogstudios.com
 www.rollicgames.com
 www.rubygamestudio.com
 www.simsoft.com.tr
 www.sirstudios.com
 www.skgames.net
 -
 www.studiobillion.com/tr
 www.studiogamebit.com
 www.suji.games
 www.taleworlds.com
 www.tetagames.com
 www.tiplaystudio.com
 www.tiramisu.game
 www.triflesgames.com
 www.udogames.com

E-POSTA

hello@playablefactory.com
 develop@poisonsoftwarestudio.com
 hopeless_23@hotmail.com
 info@realityartsstudio.com
 info@recontactgame.com
 info@rocwise.com
 taylanhersek@hotmail.com
 -
 info@rubygamestudio.com
 info@simsoft.com.tr
 support@sirstudios.com
 trafficracergame@gmail.com
 sriomedia@gmail.com
 info@studiobillion.com
 huseyingulgen@studiogamebit.com
 info@sujigames.com
 info@taleworlds.com
 support@tetagames.com
 info@tiplaystudio.com
 info@tiramisu.game
 info@triflesgames.com
 info@udogames.com



TÜRKİYE'DEKİ LOKAL OYUN FİRMALARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

ŞİRKET

- Uncosoft Yazılım
- VantaPlay Games
- Vertigo Games
- VLMedia
- Weez Beez
- Zuuks Games

WEB SİTESİ

www.uncosoft.com
 www.vanta.games
 www.vertigogames.co
 www.vlmedia.com.tr
 www.weezbeez.com
 www.zuuks.com

E-POSTA

hello@uncosoft.com
 hello@vanta.games
 info@vertigogames.co
 info@vlmedia.com.tr
 buraksendag@gmail.com
 Site Üzerinden





2020'NİN EN POPÜLER TÜRK YAPIMI OYUNLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

PC

- Mount & Blade II: Bannerlord - TaleWorlds Entertainment
- Mount & Blade: Warband - TaleWorlds Entertainment
- Sabotaj - HES Games
- Zula - InGame Group

MOBİL

- 101 Okey Plus - Zynga
- Basketball Arena - Masomo Gaming
- Başkanlar - Fatih Beceren
- Batak - Alper
- Bus Simulator: Ultimate - Zuuks Games
- Bus Simulator: Ultimate - Zuuks Games
- Fun Okey 101 - Quick Game
- Kafa Topu 2 - Masomo Gaming
- Recontact Istanbul: Eyes Of Sky - Recontact Games
- Recontact London - Recontact Games
- Zula Mobil - InGame Group



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YAYINCILAR / TWITCH TV

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

TWITCH

TR POPÜLER TWITCH YAYINCILARI TOP 20

	TAKİPÇİLER	KAZANILAN TAKİPÇİLER	TOPLAM İZLENME SAYISI	ORTALAMA İZLENME SAYISI	MAKSİMUM İZLENME SAYISI	YAYIN ZAMANI (SAAT)	İZLENME ZAMANI (SAAT)
#1 FERİT "WTCN" KARAKAYA	2.19M	721K	97M	8.386	76.089	1398	11.7M
#2 TUĞKAN "ELRAEN" GÖNÜLTAŞ	1.94M	175K	49M	20.648	83.351	983	20.3M
#3 KEMAL CAN "KENDİNE MÜZİSYEN" PARLAK	1.77M	711K	65M	13.331	69.962	1078	14.4M
#4 CANTUĞ "UNLOST" ÖZSOY	1.76M	663K	43M	18.588	134.901	308	5.73M
#5 AHMET "JAHREIN" SONUÇ	1.53M	271K	76M	14.820	35.913	1032	11.2M
#6 CEM "MITHRAIN" KARAKOÇ	1.42M	31.2K	80M	4.461	20.094	1637	7.3M
#7 İSLAM "RAMMUS53" EKŞİ	1.16M	448K	32M	3.416	12.977	1845	6.3M
#8 PELİN "PQUEEN" BAYNAZOĞLU	1.10M	744K	25M	5.058	29.931	1554	7.86M
#9 NECATİ "ZEON" AKÇAY	963K	29.6K	51M	1.965	11.332	849	1.67M
#10 KAAAN "ELWIND" ATICI	838K	243K	42M	6.817	19.385	1009	6.8M



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YAYINCILAR / TWITCH TV

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

TWITCH

TR POPÜLER TWITCH YAYINCILARI TOP 20

	TAKİPÇİLER	KAZANILAN TAKİPÇİLER	TOPLAM İZLENME SAYISI	ORTALAMA İZLENME SAYISI	MAKSİMUM İZLENME SAYISI	YAYIN ZAMANI (SAAT)	İZLENME ZAMANI (SAAT)
#11 BERK "RIP" TEPE	715K	331K	14M	6.207	24.717	482	3M
#12 ALPEREN "ALPTV" DÜRÜK	629K	276K	13M	5.470	31.618	559	3M
#13 GÖZDE "MIAFITZ" DEMİRAL	621K	206K	11M	936	4.256	586	549K
#14 BERKE "THALDRINLÖL" DEMİR	556K	102K	30M	1.509	11.609	1993	3M
#15 MUHAMMED "THEOKOLES" IŞIK	464K	4.1K	69M	603	3.615	764	460K
#16 BATU "VIDEOYUN" BOZKAN	458K	137K	30M	1.677	16.518	2152	3.6M
#17 ŞÜKRÜ "UTHENERA" ŞENTÜRK	446K	75K	15M	2041	10.162	1325	2.7M
#18 OĞUZHAN "JROKEZ" DALKIRAN	430K	115K	15M	2079	14.555	566	1.5M
#19 İSMAİLÇAN "XANTARESCN" DÖRTKARDEŞ	404K	236K	11M	5089	20.863	458	2.3M
#20 YAĞIZ "10000DAYS" VARDARBAŞ	402K	156K	19M	1188	11.193	2647	3.1M



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YOUTUBE KANALLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

YOUTUBE		TR POPÜLER YT KANALLARI TOP 20			
	ABONELER	ORTALAMA İZLENME SAYISI	TOPLAM İZLENME SAYISI	TOPLAM VIDEO SAYISI	EN POPÜLER VIDEOSUNUN İZLENME SAYISI
#1 SESEGEL	3.4M	362K	1.75B	2.021	1.4M
#2 BATURAY ANAR	3.1M	442K	828M	981	1.7M
#3 LAZ	2.7M	931K	1B	1.631	5.6M
#4 KOZMİK KARINCA	2.6M	527K	692M	727	2.3M
#5 YAVUZ SELİM	2.5M	69K	990M	342	1.4M
#6 MEZARCI	2.4M	693K	352M	506	2.4M
#7 ÜMİDİ	2.3M	122K	1.1B	4.633	1.5M
#8 GEREKSİZ ODA	2.2M	265K	680M	1.768	882K
#9 BARIŞ BRA	2.2M	684K	601M	1.241	2.2M
#10 MINECRAFT EVİ	2.2M	152K	781M	2.414	1.3M



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YOUTUBE KANALLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

YOUTUBE		TR POPÜLER YT KANALLARI TOP 20			
	ABONELER	ORTALAMA İZLENME SAYISI	TOPLAM İZLENME SAYISI	TOPLAM VIDEO SAYISI	EN POPÜLER VIDEOSUNUN İZLENME SAYISI
#11 TÜRKPRO	2M	365K	815M	1.437	1.2M
#12 BARIŞ G	2M	742K	383K	586	1.1M
#13 EGOİST PATİ	2M	453K	417M	588	1.5M
#14 RULINGGAME	1.9M	134K	909M	2.016	1.7M
#15 ERSİN YEKİN	1.9M	380K	469M	1.681	3.6M
#16 MINECRAFT PARODİLERİ	1.9M	842K	1B	1.501	7.8M
#17 HANKANAL	1.8M	208K	1.4B	3019	2.2M
#18 DEADPIES	1.7M	313K	940M	1.608	2.9M
#19 MERVANT	1.7M	159K	375M	1.621	2M
#20 YBJ	1.6M	462K	463M	1.656	6M



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER INSTAGRAM FENOMENLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

INSTAGRAM

INFLUENCER	TAKİPÇİLER
#1 ELRAEN	949K
#2 MEZARCI	871K
#3 WTCN	850K
#4 KENDİNE MÜZİSYEN	752K
#5 HZ. YASUO	738K
#6 BARIŞ G	732K
#7 TUGAY GÖK	709K
#8 MERVAN	707K
#9 UNLOST	651K
#10 BATURAY ANAR	626K



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER INSTAGRAM FENOMENLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

INSTAGRAM

INFLUENCER	TAKİPÇİLER
#11 GEREKSİZ ODA	571K
#12 SESEGEL	569K
#13 DOCH	560K
#14 EGOİST PATİ	505K
#15 MIAFITZ	505K
#16 ERSİN YEKİN	490K
#17 ÜMİDİ	477K
#18 PQEEN	468K
#19 BARIŞ BRA	460K
#20 EFE UYGAÇ	449K



2020'DE EN ÇOK TERCİH EDİLEN PC OYUNLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- Among Us
- Assassin's Creed Odyssey
- Assassin's Creed Valhalla
- Baldurs Gate
- Battlefield V
- Borderlands 3
- Call of Duty: Black Ops 4
- Civilization VI
- Counter-Strike: Global Offensive
- Cyberpunk 2077
- Death Stranding
- Destiny 2
- Doom Eternal
- Dota 2
- eFootball PES 2020
- eFootball PES 2021
- Euro Truck Simulator 2
- Fall Guys
- Far Cry New Dawn
- FIFA 2020
- FIFA 2021
- Football Manager 2020
- Football Manager 2021
- Fortnite
- Frostpunk
- GTA V
- Hades
- League of Legends
- Mafia: Definitive Edition
- Metin2
- Monster Hunter World
- Mortal Kombat 11
- Mount & Blade II: Bannerlord
- NBA 2K20
- Need For Speed Heat
- PLAYERUNKNOWN'S BATTLEGROUNDS
- Red Dead Redemption 2
- Sekiro
- Star Wars Jedi Fallen Order
- Stardew Valley
- The Crew 2
- Tom Clancy's Rainbow Six: Siege
- Valorant
- Warframe
- World Of Warcraft



AKTİF ÖDEME KURULUŞLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



- Aypara Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- Ceo Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Efix Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Elekse Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- Faturakom Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Faturamatik Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- Föy Fatura Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- Global Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- GönderAI Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- İstanbul Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- Klön Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- Moka Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- MoneyGram Turkey Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- N Kolay Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- Nestpay Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Octet Express Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- Ödeal Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- Paragram Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Pay Fix Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Paybull Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Paynet Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- PayTR Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş.
- Paytrek Ödeme Kuruluşu Hizmetleri A.Ş.
- PayU Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- Pratik İşlem Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- Ria Turkey Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- Sender Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Trend Ödeme Kuruluşu A.Ş.
- Tronapay Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- UPT Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.
- Vezne24 Tahsilat Sistemleri ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Vizyon Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Western Union Turkey Ödeme Hizmetleri A.Ş.



AKTİF ELEKTRONİK PARA KURULUŞLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



- Aköde Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- BELBİM Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Birleşik Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.
- BPN Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.
- CEMETE Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- D Ödeme Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- ERPA Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.
- Hızlıöde Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Hızlıpara Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.
- IQ Money Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.
- İnal Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.

- İyzi Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.
- Lydians Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Ozan Elektronik Para A.Ş.
- Paladyum Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Papara Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- SiPay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- TT Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.
- TURK Elektronik Para A.Ş.
- Turkcell Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.
- Vodafone Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
- Wirecard Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.



ONLINE SATIŞ KANALLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



- Aral Game
- Atagame
- Battlenet
- BKM Express
- BursaGB
- BynoGame
- Cadde Game
- DurmaPlay
- En Ucuz Epin
- Epin.com.tr
- Epinevi
- EpinMy
- Epinstore
- Fastpay
- FoxnGame
- G2A
- Game Satış
- GamerEpin
- Hopi
- ininal
- Kabasakal Online
- Kinguin
- Klas Game
- Kopazar
- Maximum Mobil - Dijital Kod Market
- MTC – Meta Games
- Mupay
- Origin
- Oyunalıveriş
- Oyunfor
- Oyunone
- Oyuyardım
- Ozan SuperApp
- Papara
- Passolig
- Perdigital
- Playstore
- Playsultan
- Razer Gold
- Tosla
- Trinkpay
- Turkpın
- Voidu
- XGame
- Yeşiyurt Game



DERNEKLER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- **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)

2019

2020



OYUN FUARLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- GameX
- GIST (Gaming İstanbul)



**Covid-19 nedeni
ile tüm fuarlar
ertelenmiştir.**

2019

2020



TÜRKİYE'DE SEKTÖRE YÖNELİK EĞİTİMLER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



Eğitimden Başlamak En Doğrusu

Yaşanılan salgının etkisi ile birlikte, karantina zamanlarında insanların evlerinde en çok yöneldikleri şeylerden biri de kuşkusuz dijital video oyunları oldu. Global anlamda diğer önemli husus ise eğitimin online hale getirilmeye çalışılması dikkate çarpıyordu.

Aynı dönemde espor ve oyun dünyasının kamusal alanlarda da yaygınlaşmasının önündeki engellerden biri de hala karar vericilerin üst jenerasyonlardan oluşmasıydı.

Ancak 2020 yılında pandeminin de etkisiyle tüm iletişim, medya, eğitim, iş yönetimi vb. gibi araçların dijitalleşmesi beraberinde hem üst jenerasyonlar ile gençler arasındaki teknoloji kullanabilme makasını daralttı hem de gençlerin dijital dünyasının daha görülebilir ve anlaşılabilir olmasını sağladı.

BİR UZMANIN
GÖZÜNDEN
EĞİTİM VE ESPOR



SEÇKİN TOPALOĞLU
BAU ESPORTS COORDINATOR
BAHÇEŞEHİR UNIVERSITY



TÜRKİYE'DE SEKTÖRE YÖNELİK EĞİTİMLER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



Online eğitim sebebiyle de bilgisayar başında geçirilen süreler artarken, bir çok alanda rekorlar kırıldı. Anlık oyuncu sayıları, video izlenme sayıları, kanal sayıları, etkileşim sayıları ve daha birçok gösterge artış gösterdi. Bunun diğer bir etkisi de doğal olarak pazarlama ve reklam sektörüne oldu. İptal edilen birçok fiziksel etkinlik dolayısı ile markalar dijital platformlara ve dolayısı ile influencerlara ve yayıncılara yöneldi. Genç jenerasyona daha çok hitap eden bu platformlarda ise merkezde “oyunun” olduğunu söylemek yanlış olmaz.

Dijital video oyunlarının ve esporun takipçilerinin büyük oranda eğitim (üniversite, lise) çağındaki kişilerden oluşması kaçınılmaz olarak eğitim kurumlarını da bu sektörlere yakınlaştırıyor hatta içine çekiyor. Son 3-4 yıldır öğrenci kulüpleri seviyesinde, etkinlik bazlı olarak gelişen espor literatürüne, 2020 yılı itibariyle akademinin de katıldığını söylemek mümkün. Birçok akademisyenin bu alanda araştırma yapması, doktora-yüksek lisans-lisans ve tez çalışmalarına konu olması ise tesadüf değil. Karantina döneminde evlerde geçirilen sürelerde birçok öğrencinin oyunu nasıl akademik çalışmalara entegre edebileceklerini ve danışmanlarını nasıl ikna edebileceklerini düşünmeleri için fırsatları oldu.

BİR UZMANIN
GÖZÜNDEN
EĞİTİM VE ESPOR



SEÇKİN TOPALOĞLU
BAU ESPORTS COORDINATOR
BAHÇEŞEHİR UNIVERSITY



TÜRKİYE'DE SEKTÖRE YÖNELİK EĞİTİMLER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



Yurt dışında birçok farklı eğitim modeli ile oyunlar, ders müfredatlarının ortasına ekleniyor ve aynı zamanda bunun faydaları-zararları araştırılıyor. Eğitimciler ve aileler açısından genel olarak oyunlar karşısında geçirilen süre endişe uyandırsa da alanda yapılan çalışmalar birçok faydayı da ortaya çıkarıyor. Bu gidişat ise önümüzdeki yıllarda ülkemizde de oyun, espor ve eğitimin hızla içiçe gireceğini gösteriyor.

Son olarak bu gelişimi kaçınılmaz olarak görüyorsak topluluk olarak bazı önlemler almalı ve uzun vadeli adımlar atmalıyız:

- Yüksek teknoloji ve bağlantı bant genişliği gerektiren bu sektörlerin altyapı ve donanım ihtiyaçlarını eğitim kurumlarına, gençlere sağlamalıyız.
- Gençlerin teknoloji kullanımını daha sağlıklı (beslenme, fiziksel, mental) bir çerçeveye oturtmalıyız.
- Ailelerin, eğitmenlerin ve karar vericilerin konuyu "oyun oynamak" dışında farklı boyutları ile görebilecekleri zeminler oluşturmalıyız.

BİR UZMANIN
GÖZÜNDEN
EĞİTİM VE ESPOR



ŞEKÜN TOPALOĞLU
BAU ESPORTS COORDINATOR
BAHÇEŞEHİR UNIVERSITY



OYUN TASARIMI SEÇMELİ LİSANS DERSLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BAŞLIK

MEDİPOL ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

DİJİTAL OYUN TASARIMI

DERSİN AMACI

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

BAŞLIK

İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

DİJİTAL OYUN TASARIMI

DERSİN AMACI

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



OYUN TASARIMI SEÇMELİ LİSANS DERSLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BAŞLIK

YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

OYUN TASARIMINA GİRİŞ

DERSİN AMACI

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

BAŞLIK

YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

3B OYUN TASARIMI

DERSİN AMACI

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



OYUN TASARIMI SEÇMELİ LİSANS DERSLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BAŞLIK

YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

DİJİTAL OYUN TASARIMI

DERSİN AMACI

Yakın Doğu Üniversitesi Dijital Oyun Tasarımı Lisans Dersi

BAŞLIK

SAKARYA ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

DİJİTAL OYUN ÇÖZÜMLEMELERİ

DERSİN AMACI

Sakarya Üniversitesi Dijital Oyun Çözümleri Dersi

BAŞLIK

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

EĞİTSEL BİLGİSAYAR OYUNU TASARIMI

DERSİN AMACI

Gazi Üniversitesi Eğitsel Bilgisayar Oyunu Tasarımı Dersi

BAŞLIK

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

BİLGİSAYAR OYUN TASARIMI 1

DERSİN AMACI

Anadolu Üniversitesi Bilgisayar Oyun Tasarım 1 Dersi

BAŞLIK

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

DİJİTAL OYUN TASARIMI 1

DERSİN AMACI

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

BAŞLIK

GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ

DERS ADI

DİJİTAL OYUN TASARIMI

DERSİN AMACI

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



OYUN TASARIMI YÜKSEK LİSANS PROGRAMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BAŞLIK

BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ

DERSİN AMACI

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

BAŞLIK

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ

DERSİN AMACI

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

BAŞLIK

ODTÜ GATE

DERSİN AMACI

Orta Doğu Teknik Üniversitesi Oyun Teknolojileri Yüksek Lisans Programı

BAŞLIK

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ

DERSİN AMACI

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



OYUN TASARIMI YÜKSEK LİSANS PROGRAMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BAŞLIK

MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİ.

DERSİN AMACI

Dijital Oyun Tasarımı ve Teknolojileri Tezli Yüksek Lisans

BAŞLIK

IŞIK ÜNİVERSİTESİ

DERSİN AMACI

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

BAŞLIK

MARMARA ÜNİVERSİTESİ

DERSİN AMACI

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

BAŞLIK

İZMİR EKONOMİ ÜNİVERSİTESİ

DERSİN AMACI

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



OYUN TASARIMI VE ESPOR SERTİFİKA PROGRAMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BAŞLIK

ORTA DOĞU TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SÜREKLİ EĞİTİM MERKEZİ

BAŞLIK

MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR
ÜNİVERSİTESİ SÜREKLİ EĞİTİM MERKEZİ

BAŞLIK

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

BAŞLIK

TED ÜNİVERSİTESİ SÜREKLİ EĞİTİM
MERKEZİ

BAŞLIK

BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ SÜREKLİ
EĞİTİM MERKEZİ

AÇIKLAMA

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

AÇIKLAMA

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

AÇIKLAMA

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

AÇIKLAMA

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

AÇIKLAMA

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



DİĞER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BAŞLIK

EDUCAT HUB

AÇIKLAMA

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

BAŞLIK

ATOM

AÇIKLAMA

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

BAŞLIK

INDIGO DANIŞMANLIK VE EĞİTİM HİZMETLERİ

AÇIKLAMA

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

BAŞLIK

3D AKADEMİ ANİMASYON VE GÖRSEL EFEKT OKULU

AÇIKLAMA

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

BAŞLIK

BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ E-SPOR EKONOMİSİ ARAŞTIRMA MERKEZİ

AÇIKLAMA

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



DİĞER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BAŞLIK

İZMİR KATİP ÇELEBİ ÜNİVERSİTESİ
KARİYER GELİŞTİRME MERKEZİ

AÇIKLAMA

Ortaya çıkan kavramsal karmaşaları çözümlenmek ve toplumsal bilinci artırmak amacıyla akademisyenlerin ve sektör uzmanlarının yer aldığı Espor Okuryazarlığı eğitimleri Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi E-spor Ekonomisi Araştırma Merkezi işbirliği ile yapılmıştır.

BAŞLIK

BAHÇEŞEHİR ÜNİVERSİTESİ
(BAU ESPORTS)

AÇIKLAMA

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

BAŞLIK

BİLİŞİM EĞİTİM MERKEZİ

AÇIKLAMA

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

BAŞLIK

BİLİŞİM AKADEMİSİ

AÇIKLAMA

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

BAŞLIK

BİLGEADAM GENÇ AKADEMİ - OYUN
TASARIMI VE PROGRAMLAMA

AÇIKLAMA

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



İNTERNET KAFELER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- 20.000 + internet kafe (7.000 - 10.000 en çok ziyaret edilenler)
- Ayda 7.5 Milyon oyuncu internet kafeleri ziyaret ediyor.

2019



- 14.500 internet kafe

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

2020



İNTERNET KAFE BİLGİSAYAR SİSTEM ÖZELLİKLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

• İşlemci

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

2019



• İşlemci

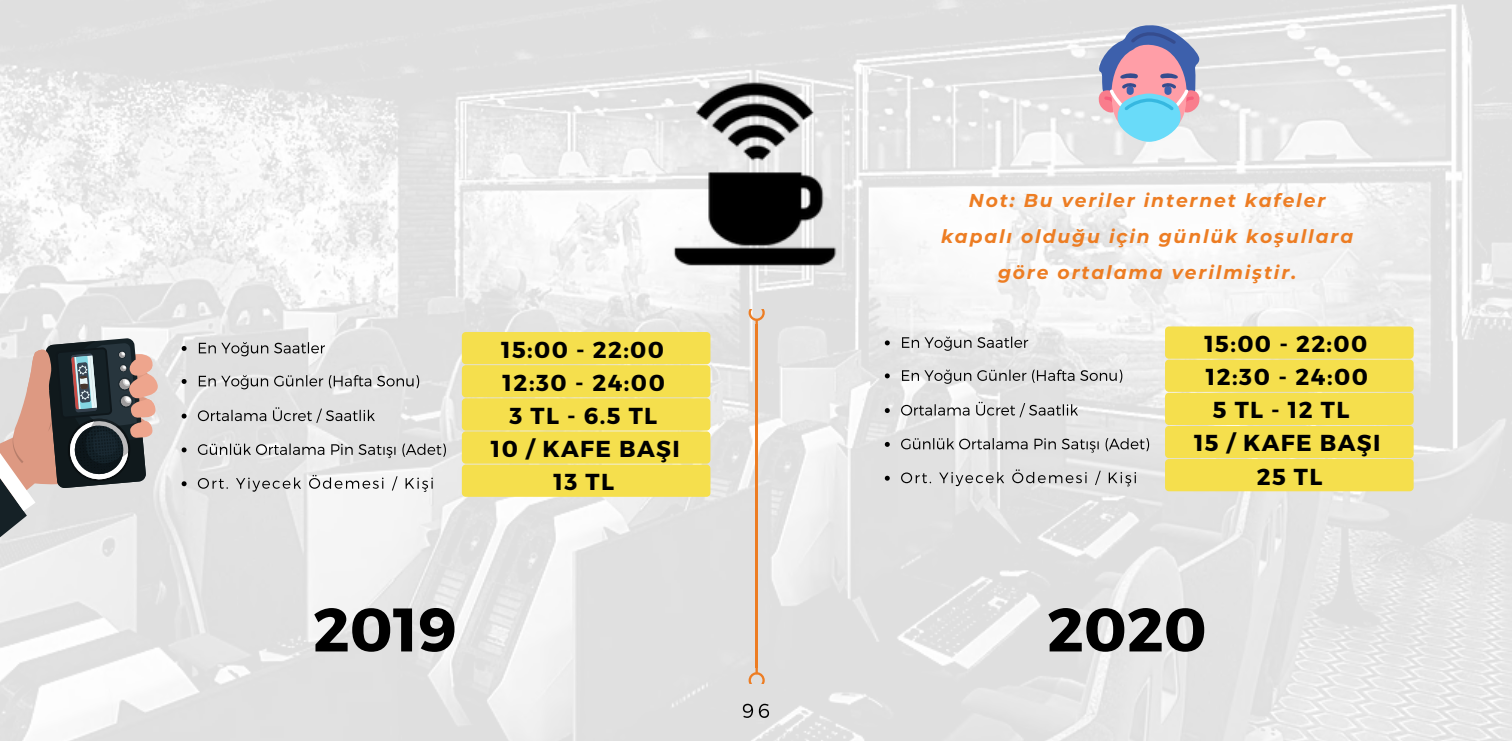
	i3	i5	i7	i9	
• Yüzelik Oran	%10	%60	%29	%1	
• Ram	4 GB	8 GB	16 GB	32 GB	64 GB
• Yüzelik Oran	%10	%50	%30	%8	%2
• İnternet Hızı	16 MB	24 MB	32 MB	64 MB	100 MB
• Yüzelik Oran	%5	%10	%15	%25	%45

2020



GÜNLÜK İNTERNET KAFE İSTATİSTİKLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



Not: Bu veriler internet kafeler kapalı olduğu için günlük koşullara göre ortalama verilmiştir.

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

15:00 - 22:00

12:30 - 24:00

3 TL - 6.5 TL

10 / KAFE BAŞI

13 TL

2019

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

15:00 - 22:00

12:30 - 24:00

5 TL - 12 TL

15 / KAFE BAŞI

25 TL

2020



İNTERNET KAFELERDE EN ÇOK OYNANAN OYUNLAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- PUBG
- Steam Oyunları
- League Of Legends
- Valorant
- Fortnite
- GTA
- Silkroad
- Blade & Soul
- Wolfteam



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



Not: Bu veriler internet kafelerin açık kaldığı 17 Mart tarihine kadarki zaman diliminde ulaşılan verilerdir.

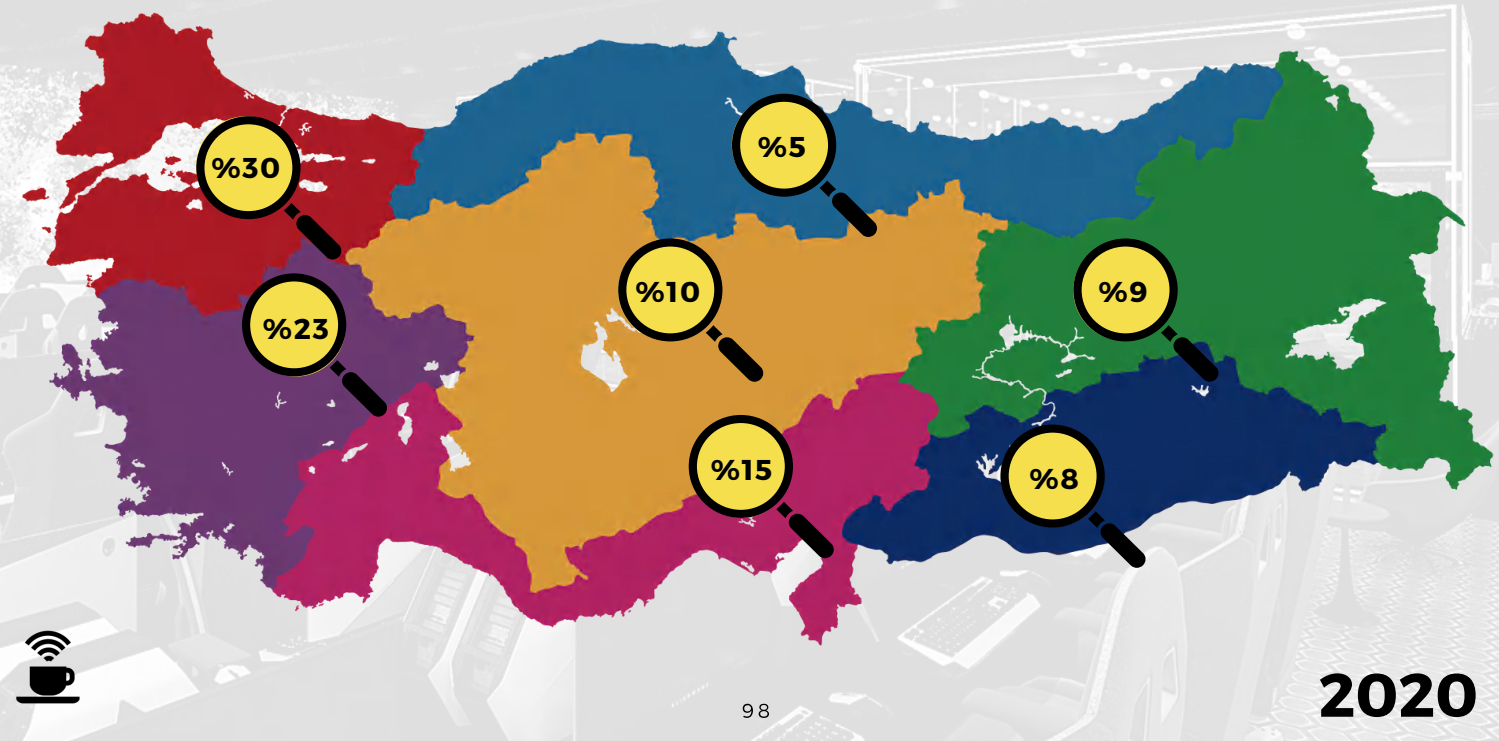
2019

2020



TÜRKİYE'DEKİ İNTERNET KAFE DAĞILIMI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020





TÜRKİYE'DEKİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- **1907 Fenerbahçe** - League of Legends, FIFA, Pubg, Wolfteam, NBA2K
- **5 Ronin** - League of Legends
- **52 Orduspor FK** - FIFA Pro Club
- **836 Locale** - Pubg, Valorant
- **9INE** - CS:GO
- **ABB Aski Esport** - Zula
- **ADANASPOR E-SPOR** - FIFA Pro Club
- **Alkaralar** - FIFA Pro Club
- **Altay Esport** - FIFA Pro Club
- **Alyada Esport** - FIFA Pro Club
- **Anatolia Esports** - FIFA Pro Club
- **Anatolian Boy** - FIFA Pro Club
- **Antalyaspor** - FIFA Pro Club
- **As4eGamesCrew** - FIFA Pro Club
- **Atmacalar** - FIFA Pro Club
- **Attack On Pandas** - Pubg, Valorant
- **BAU Raiders** - FIFA Pro Club
- **BB Erzurumspor** - FIFA Pro Club
- **BBL Esports** - Valorant
- **Beşiktaş Esports** - League of Legends, FIFA Proclubs, PUBGM, Valorant, Zula



TÜRKİYE'DEKİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- **Bilgi Espor** - FIFA Pro Club
- **Black Bear** - FIFA Pro Club
- **Blaze Esports** - Pubg, Csgo Women, Rocket League, FIFA, Tekken
- **Bogalar** - FIFA Pro Club
- **Brand Eleven** - FIFA Pro Club
- **Bucaspor Esports** - FIFA Pro Club
- **Bursa Espor** - Zula
- **Bursaspor** - FIFA Pro Club
- **Catanaklar** - FIFA Pro Club
- **Cybereapers** - FIFA Pro Club
- **Dadaslar** - FIFA Pro Club
- **Dark Passage** - League of Legends, Valorant
- **Destination PEL** - Pubg
- **Digital Athletics** - Pubg, CS: GO
- **Digital Stars eSpor** - FIFA Pro Club
- **Dijital Akrepler** - FIFA Pro Club
- **Dostlar Vadisi** - FIFA Pro Club
- **Eskişehir Espor** - FIFA Pro Club
- **Etiget** - Pubg
- **Fastpay WildCats** - FIFA Pro Club, League of Legends, Wild Rift, Valorant, CS:GO



TÜRKİYE'DEKİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- **Flawless Impact** - FIFA Pro Club
- **Fox River Fc** - FIFA Pro Club
- **Futbolist** - FIFA FUT, FIFA Pro Clubs, PES, PUBGM, Hearthstone, TFT, LoR, VALORANT
- **Fifa Bonito TR** - FIFA Pro Club
- **Galakticos** - League of Legends, Valorant
- **Galatasaray Esports** - Zula, League of Legends, PES, FIFA Proclubs, NBA2K
- **Gamers of Future** - Zula
- **Gaziantep FK Esport** - FIFA Pro Club
- **GeceKöndü** - FIFA Pro Club
- **Gençlerbirliđi** - FIFA Pro Club
- **Giresunspor** - FIFA Pro Club
- **Gokturk Esport** - FIFA Pro Club
- **Göztepe Gaming** - FIFA Pro Club
- **G'OLD** - CS: GO
- **Hatayspor** - FIFA Pro Club
- **Hawks Esports Tr** - FIFA Pro Club
- **Hekimođlu Trabzon** - FIFA Pro Club
- **Hodri Meydan** - FIFA Pro Club
- **Hooligans FC TR** - FIFA Pro Club
- **InterrailTR Esport** - FIFA Pro Club





TÜRKİYE'DEKİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- **Istan Bulls Esports** - FIFA Pro Club
- **Istanbul Esport** - Zula
- **Kapalı Kale** - FIFA Pro Club
- **Kara Kartal** - FIFA Pro Club
- **Karagümrük Esport** - FIFA Pro Club, FIFA FUT, PUBGM, Sabotaj, PUBG, Rocket League
- **Kasımpaşa Esport** - FIFA Pro Club
- **Kayserispor** - FIFA Pro Club
- **King of the North TR** - FIFA Pro Club
- **Kocaelispor** - FIFA Pro Club
- **LLC Esports** - FIFA Pro Club
- **LOG Esports** - CS: GO
- **Last Wolves** - FIFA Pro Club
- **MKE Ankaragücü** - FIFA Pro Club
- **Meiwa Fc** - FIFA Pro Club
- **MindFielders Esports** - FIFA Pro Club
- **Mod-Z Esports** - FIFA Pro Club, Valorant, Zula
- **Muglaspor Esport** - FIFA Pro Club
- **NASR ESPORTS TÜRKİYE** - League of Legends
- **Nimo 57. Alay** - Garena Free Fire
- **No Other Way** - Pubg



TÜRKİYE'DEKİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- **Not Fair** - Pubg
- **Papara SuperMassive** - League of Legends, FIFA FUT
- **PayHesap Kütayha** - FIFA Pro Club, PUBG, NBA2K, F1
- **RB Izmir** - FIFA Pro Club
- **RISE E-Sport** - Dota 2
- **Rare Esports** - FIFA Pro Club
- **Regnant Esports** - CS: GO, Zula, PUBG
- **Royal United 07** - FIFA Pro Club
- **Sakaryaspor** - FIFA Pro Club
- **Sangal Esports** - CS:GO, Valorant
- **Scorpions Esports TR** - FIFA Pro Club
- **Sedu Fc** - FIFA Pro Club
- **Sivasspor Espor** - FIFA Pro Club
- **Siyah Bayrak** - FIFA Pro Club
- **Steel Tactics** - CS: GO, Sabotaj,
- **Steel Tactics** - Zula
- **Tatangalar** - FIFA Pro Club
- **Team Aurora** - FIFA Pro Club, League of Legends, Valorant
- **Team Power** - FIFA Pro Club
- **Timsahlar** - FIFA Pro Club



TÜRKİYE'DEKİ ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- **Trabzon Esports** - FIFA Pro Club
- **Trabzonspor** - FIFA Pro Club
- **Turkish Cowboys** - FIFA Pro Club
- **Uzunkopru** - FIFA Pro Club
- **Velocity Esports Club** - FIFA Pro Club
- **X4 Four** - Garena Free Fire
- **Yozgatspor 1959 FK** - FIFA Pro Club
- **Yılport Samsunspor** -: FIFA Pro Club
- **Çamlıca Esports** - FIFA Pro Club
- **Çamlıca Esports** - FIFA Pro Club, CS:GO, Pubg, Rocket League, NBA2K, CS:GO
- **Çaykur Rizespor** - FIFA Pro Club
- **İstanbul Başakşehir** - FIFA Pro Club, FIFA FUT
- **İstanbulspor** - FIFA Pro Club





LİSANSLI OYUNCU VE TAKIM SAYISI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



Türkiye'de
lisanslı olarak
125+ espor
takımı
bulunmaktadır.



TESFED
TÜRKİYE E-SPOR
FEDERASYONU



Türkiye'de
lisanslı olarak
2439+ espor
oyuncusu
bulunmaktadır.

**2 yılda 194'ü kadın olmak üzere toplam 2.439 esporcu TESFED tarafından lisanslandı. Bu sürede lisanslı kulüp sayısı 125'e çıkarken, 2019 yılında 3 adet olan espor salonu sayısı ise 19'a yükseldi.*



SOSYAL MEDYAYI EN İYİ KULLANAN ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

INSTAGRAM

	TAKİPÇİ	HAFTALIK ORTALAMA İÇERİK SAYISI	ORTALAMA GÖNDERİ BEĞENİSİ	ETKİLEŞİM ORANI
1907 FENERBAHÇE ESPOR	45K+	2	1487	%3,34
GALATASARAY ESPORTS	176K+	6	1395	%0,80
BEŞİKTAŞ ESPORTS	162K+	3-6	3868	%2,41
PAPARA SUPERMASSIVE	48K+	1-3	1736	%3,70
DARK PASSAGE	31K+	1-10	1777	%5,82





SOSYAL MEDYAYI EN İYİ KULLANAN ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

YOUTUBE		
	ABONE	TOPLAM GÖRÜNTÜLENME
1907 FENERBAHÇE ESPOR	12.9K+	962K+
GALATASARAY ESPORTS	-	-
BEŞİKTAŞ ESPORTS	1.84K+	86K+
PAPARA SUPERMASSIVE	26.1K+	2.84K+
DARK PASSAGE	37.1K+	5.89M+





SOSYAL MEDYAYI EN İYİ KULLANAN ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

FACEBOOK

	SAYFA BEĞENİSİ	HAFTALIK ORTALAMA İÇERİK SAYISI	ORTALAMA GÖNDERİ BEĞENİSİ	ETKİLEŞİM ORANI
1907 FENERBAHÇE ESPOR	49K+	1-7	23	%1,26
GALATASARAY ESPORTS	-	-	-	-
BEŞİKTAŞ ESPORTS	62K+	4-10	33	%2,03
PAPARA SUPERMASSIVE	86K+	1-3	125	%0,99
DARK PASSAGE	140K+	1-6	36	%2,44





SOSYAL MEDYAYI EN İYİ KULLANAN ESPOR TAKIMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

TWITTER

	TAKİPÇİ	HAFTALIK ORTALAMA İÇERİK SAYISI	ORTALAMA GÖNDERİ BEĞENİSİ	ETKİLEŞİM ORANI
1907 FENERBAHÇE ESPOR	96K+	8	225	%3,68
GALATASARAY ESPORTS	62K+	15	191	%2,11
BEŞİKTAŞ ESPORTS	64K+	18	263	%3,71
PAPARA SUPERMASSIVE	47K+	1-9	1330	%9,87
DARK PASSAGE	40K+	27	425	%3,32





TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ONLINE ESPOR VE OYUN ETKİNLİKLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

Etkinlik Adı

- Antalya Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü Zula Cumhuriyet Şampiyonası
- BAU Hibrit Parti
- Bitexen Tesfed Türkiye Kupası
- ESL Türkiye Haftalık Turnuvalar
- ESL Türkiye Şampiyonası League of Legends Turnuvası
- GAMEHYPE Etkinlikleri
- Hepsigamer ESA Esports PUBG Turnuvası
- İncehesap.com PUBG Turnuvası
- Intel ESL Türkiye Şampiyonası Kış Sezonu
- Intel ESL Türkiye Şampiyonası Yaz Sezonu
- Intel Gaming Fest
- İstanbul Rumeli Üniversitesi PUBG Mobile Turnuvası
- Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Zula Turnuvası
- Kupa Vestel
- NEXT Level Gaming Talks (Webinar)
- Online Gençlik Festivali Spor İstanbul Gençlik ve Eğlence Festivali
- Oyun Başlasın Türkiye - OBT Online Turnuvalar Serisi
- Oyunun Yıldızları

Etkinlik Adı

- Pro Elite League
- Protality Series
- PUBG Mobile Yılbaşı Gecesi
- Razer Gold Mobile Legends: Bang Bang Turnuvaları
- Razer Gold PUBG Mobile Parlayan Yıldızlar Turnuvası
- Spor İstanbul Gençlik ve Eğlence Festivali
- TESFED #EvdeKal Kupası
- TSL Türkiye
- Türkiye Esport Futbol Ligi
- Valorant First Strike
- Virtual Pro League
- Vodafone FreeZone Şampiyonluk Ligi Türkiye Büyük Finali
- Zula Cumhuriyet Kupası
- Zula Evde Kal Turnuvaları
- Zula Klanlar Turnuvası
- Zula Little Caesars Turnuvaları
- Zula Süper Lig





ESPOR VE OYUNA YATIRIM YAPAN MARKALAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- Acer
- AOC
- Armas Hotels
- ASUS
- Bahçeşehir College
- Bahçeşehir University
- BENQ
- Bero-Host
- Bitexen
- BKM Express
- Bloody Gaming
- Borusan Otomotiv
- BTC Türk
- Burger King
- ByNoGame
- CarrefourSA
- Coca-Cola
- Cooler Master
- Defacto
- Dlive
- Doğuş University
- Epin
- Fastpay
- Formahane
- FOX
- FunnyToken
- GEO College
- Gillette
- HDI Sigorta
- Head & Shoulders
- Hepsiburada
- HyperX
- incehesap.com
- ininal
- Intel
- Maximum Kart
- itopya
- JBL Quantum
- KFC
- Lenovo
- LG
- LimeSoda
- Little Ceasers
- Logitech
- McDonalds
- Migros
- Monster Energy
- Monster Notebook
- n11.com
- NAU Drinks
- Nimo.tv
- OMEN By HP
- Opet
- Papara
- Paribu
- payhesap
- Playstation
- Popeyes
- Puma
- Rampage
- Razer Gold
- Red Bull
- Sapphire
- SenpAI
- SteelSeries
- Supradyn Energy
- Tahsildaroğlu
- TeknoSA
- THY
- TOSLA
- TurkTelekom
- Turkcell
- Twitch TV
- Ülker
- Vertagear
- Vestel
- Vodafone
- Western Digital

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



ESPOR OYUNLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- Age Of Empires 2
- Apex Legends
- Arena Of Valor
- Basketball Arena
- Brawhalla
- Brawl Stars
- Call Of Duty Mobile
- Counter-Strike Global Offensive
- Dota2
- FIFA 2020
- Fortnite
- Garena Free Fire
- Hearthstone
- Kafa Topu 2
- League of Legends
- League of Legends Teamfight Tactics
- League of Legends Wild Rift
- Legends Of Runeterra
- Mobile Legends: Bang Bang
- NBA 2K
- Overwatch
- Playerunknown's Battlegrounds (PUBG)
- Pro Evolution Soccer
- PUBG Lite
- PUBG Mobile
- Rocket League
- Starcraft 2
- Tekken
- Tom Clancy's Rainbow Six Siege
- Valorant
- Wolfteam
- ZULA



TÜRKİYE ESPOR MEDYA KANALLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

- 5Mid
- Dijital Sporlar
- Elektronik Sporlar
- Espor Analyst
- Espor.online
- Esporcu
- Esporfix
- Esporin
- Esports 360 Mag
- Esports Life
- Fanatik Espor

- Flank Esports
- Gamer People
- GG Espor
- Hubogi
- Hürriyet Espor
- Medya Espor
- Multiplayer
- Mynet Espor
- Only A Gamer
- Playerbros
- SporX Espor
- Thats Game Bro



- 5Mid
- Dijital Sporlar
- Elektronik Sporlar
- Espor Analyst
- Espor Gazetesi
- e-Spor.com
- Espor.online
- Esporfix
- Esporin
- Esport Times
- Esports 360 Mag
- Esports Life
- Fanatik Espor
- Flank Esports
- Gamerbase
- Hubogi
- Hürriyet Espor
- Medya Espor
- Multiplayer
- Mynet Espor
- Only A Gamer
- Playerbros
- Save Butonu
- SporX Espor
- Thats Game Bro

2019

2020

**Espor medya kanalları, alfabetik olarak sıralanmıştır.*



TOP OYUN SİTELERİ (2020 TRAFİK)

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



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

**Alfabetik olarak sıralanmıştır.*



TOP ONLINE SATIŞ SİTELERİ (2020 TRAFİK)

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



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

**Toplam trafiklere göre sıralanmıştır.*



TOP ONLINE OYUN PLATFORMLARI (2020 TRAFİK)

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



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



TÜRKİYE'DEKİ OYUN DERGİLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020

Oyungezer



Level



2019



2020



2020



**UZMAN
GÖRÜŞLERİ**

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



**ALPER AFŞİN
ÖZDEMİR**
TESFED BAŞKANI

Covid-19, sadece ülkemizde değil tüm dünyada aslında hiç beklemediğimiz, hazırlıksız yakalandığımız uzun bir süreç oldu. Gerek bireysel yaşamlarımız gerekse ticari hayatta her birimizde çok farklı etkiler bıraktı. Pandeminin sona ermesiyle beraber geride izlerinin kalacağına ve bundan sonra hayatın her alanında belli oranda dönüşümler yaşanacağına inanıyorum. Oyun ve espor özelinde baktığımızda ise evde kalma sürelerinin artmasıyla birlikte, online ortamda olmaları ve bir anlamda güvenli sosyalleşme imkanı sağlamaları nedeniyle doğal olarak bu alanlara ilgi artışı gösterildi. Yeni oyuncu sayıları ve espor izleyici oranları ortalama %20 oranında arttı. Gerek federasyonumuzun gerek oyun firmalarının düzenledikleri özel turnuvalarla da bu dönemde insanların evde kalma süreçleri desteklenmeye gayret edildi. TESFED, 2020 yılında Türkiye’de esporun tabana yayılması ve Türkiye’nin uluslararası alanda marka bir ülke olması adına pek çok önemli başarıya imza atıldı. 2021 yılında hızlı bir toparlanma süreci bekliyorum. Bu anlamda Federasyon olarak çalışmalarımıza kaldığımız yerden ve hedeflerimiz doğrultusunda devam etmeyi planlıyoruz. TESFED’in temel amacı Türkiye’yi esporda dünyanın sayılı ülkelerinden biri haline getirmek. Şimdiye kadar bu konuda önemli adımlar attık, özellikle geride bıraktığımız yılda uluslararası çapta başarılarla da imza attık. Uluslararası arenada yeni başarılar ve şampiyonluklar kazanmak, ülke içinde ise esporu geniş kitlelere yaymak için çalışmalarımıza daha da yoğunlaştırarak devam edeceğiz. 2021 yılında bu anlamda önemli adımlar atacağız.



ERDİNÇ İYİKÜL
RIOT GAMES
TÜRKİYE ÜLKE
MÜDÜRÜ

2020 yılının henüz başlarında gerek bireysel anlamda gerekse sektör olarak hepimizi derinden etkileyen koronavirüsle ne yazık ki tanıştık. Oyun sektörü, bu zorlu süreçte yıldızı parlayan alanlardan biri olarak gündelik hayatın içerisine iyice yerleşti. Pandemi sebebiyle evlerde geçen zamanın artmasıyla birlikte dijital oyunlar ve espora olan ilgi de artarken, içeriklerin Z kuşağına ek olarak Y ve X kuşakları tarafından da ilgi gördüğünü hep beraber gözlemledik. Bu ilgi rakamlara da yansdı ve küresel oyun pazarı 2020’de yıllık yüzde 9.3 büyümeye gösterdi. Newzoo’ya göre, global oyun pazarı 2020 itibarıyla 159 milyar dolara ulaştı. 2.7 milyar olarak belirlenen mobil oyuncu sayısının ise 2023 yılında 3 milyarı geçmesi bekleniyor. İnsanlar eğlenceli vakit geçirmek için oyunlara, özellikle mobil oyunlara yöneliyor ve 2021 yılında bu ivmenin devam edeceğini düşünüyorum. Yapılan araştırmalarda, toplam oynama süresi, bir oturum boyunca oynama süresi ve oyun içi satın alımların dünya çapında arttığını görüyoruz. Oyun oynamaya yeni başlayanların %40’ından fazlası, oynamaya devam edeceklerini söylüyor. Elbette evlerde geçirdiğimiz zamanlar tekrar azalacak; ancak oyun sektöründeki bu büyüme dönemselsel olarak bazı sektörlerde gördüğümüz içi boş bir balonun aksine, oyunlarla ilgili pek çok trendi başlatan, espor tarafıyla da dev markaları içine çeken, ayakları yere basan bir gerçeklik durumunda.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BARIŞ ÖZİSTEK
NETMARBLE EMEA
YÖNETİM
KURULU BAŞKANI

2020'de oyun sektörü Türkiye'de hızla büyümeye devam etti. Özellikle mobil oyun geliştirme alanında Türkiye dünyada söz sahibi ülkeler arasına girdi. Bugüne kadar yapılan oyun şirketi satışı değeri 2,4 milyar dolara ulaştı. Rakamlar, Türkiye'nin en başarılı bilişim sektörü dikeyinin oyun olduğunu gösteriyor. Başarıyla üretim dünyaya satıyoruz. Espor alanı da Türkiye'deki genç ve yüksek sayıda oyuncu olması sayesinde en gelecek vaad eden alanlardan birisi. Espor girişimleri Türkiye'de doğup büyüyüp yurtdışına açılacaktır. Avrupa ve Ortadoğu'nun en büyük espor arenası ESA'nın Maslak'ta açılması 2020'nin önemli gelişmeleri içinde yer aldı bence.

2021'de oyun sektörü buraya akan yetenekler ve finansman kaynağı ile birlikte hızla büyümeye devam edecektir. Espor alanında ise markaların çok aktif olacağı bir yıl olacağını öngörüyorum. Markalar "Yeni Medya"yı yeni keşfediyorlar. Yüksek izleyici sayısı ile espor en değerli mecralardan biri olarak ortaya çıkıyor. Pazarlama yöneticileri bu alanı daha iyi anlamaya başladılar. 2021'de aktarılan bütçelerin de hızla artacağını göreceğiz. Daha doğrusu bu alana bütçe aktaran markalar kazanacaklar.



OZAN AYDEMİR
GAMING IN TURKEY
PRESIDENT
FOUNDER

Sektör olarak baktığımızda, oyun sektörü bu dönemi oldukça önemli büyümelerle geçiriyor. Oyun oynama süreleri %30 oranında artmış durumda. Evde kalınan günlerde oyun oynama oranlarında büyük bir artış oldu. Hepimizin evde kalmak zorunda olması sadece gençleri değil herkesi, film izlemeye, kitap okumaya ve oyun oynamaya yönlendiriyor. Kişiler internet başında daha fazla zaman geçiriyor. Espor tarafındaki en büyük değişim pandemi nedeni ile yapılan tüm offline etkinliklerin iptal olması ve organizasyonların tamamen online platformlara çekilmesi oldu. Neredeyse her gün oyuncular için büyük ya da küçük ölçekli turnuvalar düzenleniyor. Bu turnuvalar sadece oyun firmaları tarafından değil markalar tarafından da yapılabiliyor. Kimi markalar müşterilerini memnun etmek ve satışlarını arttırmak için turnuvalar düzenlerken, kimi markalar ekiplerini memnun etmek için şirket içi ya da şirketler arası online turnuvalar düzenliyorlar. Sadece PC oyunları değil mobil oyunlarda artık espor arenasındaki yerini çok keskin bir şekilde almış durumda. Hem sosyal yaşamımız açısından hem de ekonomik açıdan belirsiz bir dönemdeyiz. Yeni koşullar tam ne olacak kestiremiyoruz. Bu dönem bize şunu gösterdi, kaçınılmaz geleceğimiz olan dijital dönüşüm bu sınav sonrası çok daha hızlı bir şekilde hayatımızın bir parçası olacak gibi duruyor. Buradaki önemli kelime bence "HIZ" kavramı. Teknolojiye hızlı uyum sağlayanlar ayakta kalacak. Sadece bu değil teknolojiyi ve dijital dünyayı "HIZ"lı olmak için kullananlar da bir adım öne geçecek. İnovatif olan ve bu değişim hızına ayak uydurabilen firmalar, yenilikler ve yeni doğabilecek olası sorunlar karşısında daha etkin rol alacak.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



NİLAY ALTAN
TÜRK TELEKOM
SABİT HİZMETLER
PAZARLAMA
DİREKTÖRÜ

Dijital oyun sektörü tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de hızla geliyor. Özellikle 2020 yılında evlerde daha çok zaman geçirmemize neden olan pandemi sürecinde, büyüme trendi daha da hızlanan alanlardan biri dijital oyun sektörü oldu. Evden çalışma ve uzaktan eğitimin yanı sıra eğlence için ayırdığımız zamanın büyük kısmını da dijital oyunlar sayesinde çevrimiçi dünyada geçirmeye başladık. Bu dönemde bir önceki yıla kıyasla, evde daha çok vakit geçirmenin de etkisiyle müşterilerimizin internet kullanımları yüzde 58 seviyesinde artış gösterdi.

Türk Telekom olarak biz bu süreçte güçlü altyapımızla kesintisiz iletişimi sürdürürken, 81 ilde sağladığımız hızlı internetle oyun severlerin yanında olduk. Fiber internet kullanıcılarımıza sunduğumuz yüksek hız sayesinde, dijital oyun evrenine sağladığımız katkıları artırmaya da devam ediyoruz. Ayrıca, Türk Telekom olarak kendi bünyemizde hayata geçirdiğimiz dijital oyun platformumuz Playstore ile 10 yılı aşkın zamandır oyun severlerin heyecanına ortak oluyoruz.

Oyun sektöründen kazanılan gelir sıralamasında dünya genelinde 18'inci sırada yer alan ülkemiz, özellikle sahip olduğu genç nüfus ile oyun alanında önemli bir potansiyele sahip. Türkiye'nin lider telekomünikasyon şirketi olarak bu gücün farkındayız ve önümüzdeki dönemde dijital oyunların temel gerekliliği fiber interneti daha da yaygınlaştırmak için tüm ülkede altyapımızı güçlendirmeye devam ederken, oyun severlere yönelik teklif ve ürünlerimizle sektöre katkı sunmaya devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



YEŞİM ALGAN
RAZER TURKEY
ÜLKE
GENEL MÜDÜRÜ

2020 yılı oyun dünyasının gelişmesi ve daha üst düzeylerde hizmet vermeye başlaması adına tam bir dönüm noktası oldu. Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını ile birlikte birçok sektör bu pandemiden olumsuz etkilenirken, oyun endüstrisi yine güvenilir bir liman olduğunu kanıtladı ve yatırımcıların en popüler seçimi olmayı başardı. Bu dönemde evinde olan ve oyuna daha fazla vakit ayıran oyuncular için müşteri memnuniyeti ve daha fazla içerik öğelerinin önem kazandığını görüyoruz.

2020 yılı ile başlayan pandemi, birçok markanın defansif pozisyona geçmesine sebep oldu. İşten çıkarmalar, askıya alınan projeler, hizmetlerde daralma gibi son kullanıcıyı etkileyen bu gelişmeleri titizlikle yakından takip ettik. Tüm takım arkadaşlarımızla kafa kafaya vererek bu yılı nasıl başarı hikayesine çeviririz diye istişare ettik. Sadece Razer Türkiye olarak değil, tüm bölgelerde bu beyin fırtınası bir başarı yangınına dönüştü. Bütün bir sene boyunca oyuncuların sevdiği içerikleri güvenli ve en hızlı şekilde onlara sunmayı başardık ve oyun ekosisteminde en çok tercih edilen hizmetlerden biri haline geldik. Türkiye'nin en çok izlenen, takip edilen ve ilgi gören "Evde E-spor" etkinliklerini gerçekleştirdik. Bizim için 2020 yılı bir handikap değil, tam tersine dışımıza göre bir meydan okuma oldu!

Razer ve fintech yapısı Razer Gold ile Mena/Türkiye operasyonlarımızda Türk oyuncularının ne istediğini biliyor ve onlara en zengin içerikleri en hızlı, güvenilir ve en kolay yöntemlerle ulaştırmak için çabalıyoruz. 2021'de gücümüzü, eforumuzu ve marka birlikteliklerimizi daha da arttırarak, hem donanım hem de fintech yapılarımızla Razer markasını müşterilerimizle daha fazla buluşturacağız.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



DAVİD HALEGUA
SR. ASSETS,
PARTNERSHIPS &
SPONSORSHIPS
MANAGER, EURASIA
& ME

2020, başta Covid19 olmak üzere her biri dünya tarihi için dönüm noktası sayılabilecek onlarca olayın damga vurduğu yıl olarak anılacak. Tüm ezberlerimizi baştan sona değiştirdiğimiz bu yılda belki de tek olumlu ilerleme gaming alanında yaşandı. Yıllardır üzerine konuştuğumuz sektör büyümesi covid sebebiyle evlerimize kapanınca en yüksek değerlerine ulaştı ve biz belki de bir kaç yıl daha sonra gerçekleşeceğini öngördüğümüz sayılara 2020 yılı içerisinde ulaşma şansı bulmuş olduk. Bu nedenlerle Covid19 benim gözümde gaming'in en büyük şanslarından biri oldu. Oyuncu sayısı, oynama süresi, izlenme süreleri ve elde edilen cirolar anlamında hem oyunlarda, hem de platformlarda üst üste rekorların kırıldığı bu yılı, gelecekte gaming'in markaların tam olarak odak noktasına yerleştiği, Coca-Cola olarak bizim içinse, iki sene önce gaming ekosisteminde yeniden yer almak üzere başlattığımız oyuncunun olduğu yerde hazır bulunma stratejimizi, alanını genişleterek uygulamaya devam ettiğimiz yıl olarak anacağız.

2021 yılına baktığımızda pandemi sürecinin benzer koşullarla sürmesi ve evlerde kalacağımız sürenin en az yılın ilk yarısı boyunca devam etmesi bekleniyor. Bu da bir önceki sene yakaladığı ivmeyle zirve noktasını gören tüm sayıların, benzer bir ivmeyle artmaya devam edeceği ve yeni rekorları sene boyunca görmeye devam edeceğimiz anlamına geliyor. Başta yeni oyuncular olmak üzere gün be gün artan bu sayıların yaratacağı domino etkisiyle gaming'in eğlence sektörü içerisinde en büyük paya sahip alacağına ve müzik, spor ve sinema gibi rakiplerinin de dönüşüm süreçleri için hızlandırıcı görevi göreceğine inanıyorum. Biz de bu değişim sürecinde, ekosistem içerisindeki varlığımızı mevcut stratejimizin daha da olgunlaşmış ve değişime adapte edilmiş haliyle yer alacağız. Özetle, Coca-Cola ve gaming için, 2021 yılı geldiği noktada sadece tutunacağı değil, bayrağı artık zor ulaşılabilecek bir noktaya taşıyacağı yıl olacağını düşünüyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BURAK SEZERCAN
TÜRKİYE İŞ BANKASI
BİREYSEL
BANKACILIK
PAZARLAMA
MÜDÜRÜ

İş Bankası olarak, espor dijitalleşen dünyada değişen iş modelleri içerisinde yeni nesil bir ekonomi olarak dikkatimizi çekti. Gelişmekte olan ve içerikleri ile alışlagelmiş tüketim alanlarından farklılaşan dijital çağın yeni eğlence dünyası idi. Ayrıca, yeni nesil ile temasımızı samimi bir iletişim ile sürdürüp kuvvetlendirmek adına onları anladığımızı gösterecek bir araca da ihtiyacımız vardı.

Espor, dijital dünyanın yeni yükselen içeriği ve medyası olma özelliği ile yeni nesil ile markamız arasında başarılı bir köprü görevi görebilecekti. Espora yatırım yapma kararımızın çıkış noktasını bu şekilde özetleyebilirim.

İlk olarak 2017 yılının Ocak ayında kendimizi konumlandırmaya başladığımız espor alanındaki çalışmalarımızı bugüne kadar aralıksız olarak devam ettirdik. İlk günden beri belli olan stratejimiz ve yol haritamız kapsamında amacımız, Maximum Gaming platformlarımızda özgün içerikler üzerinden kendi topluluğumuzu oluşturmak, topluluktan öğrendiklerimiz ile esporcuların oyun deneyimlerini ve günlük sosyal hayatlarındaki diğer deneyimleri tamamlayan sadece onlara özel bir ödeme sistemi oluşturmaktı.

Topluluk oluşturma aşamasında ekosistemin diğer önemli paydaşları olan espor takımları, oyun firmaları, kulüpler, yayıncılar ve etkinlik organizatörleri ile dijital işbirlikleri kurarak ilerledik.

Bu çalışmalarımız neticesinde topluluğumuzdan ve ekosistem paydaşlarımızdan öğrendiklerimiz paralelinde sadece oyun severlere özel ürünlerimizi de hayata geçirdik.

Maximum Mobil uygulaması içerisinde oyun kodlarının satın alınabileceği Dijital Kod Market ve esporcu ve tüm dijital oyunlar ile ilgilenen kitleye özel olarak tasarlanmış Maximum Gaming kartımız ve ayrıca Maximum Gaming Kart'ın Fenerbahçe taraftar kart versiyonu esporcuların günlük deneyimlerinin bir parçası olarak önemli temas alanlarımız. Bunlara diğer sponsor olduğumuz takımlara ait ortak logolu Maximum Gaming Kartları ekleme yönünde de çalışmalarımız devam ediyor.

2017 yılından bu yana destek verdiğimiz Workup Girişimcilik Programı kapsamında da espor ve oyun alanındaki girişimlere desteğimiz mevcut.

Covid-19 pandemisi ile birlikte dipten gelen pek çok trend gibi dijital deneyimler de, bundan sonraki dönemde dijitalleşmeye yön verecek alanlardan biri olacak ve bu anlamda oyun ekosistemi büyüme hızını artıracak.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



ÖMER SUNER
CEO
OZAN ELEKTRONİK
PARA A.Ş.

2020'de maalesef içinde bulunduğumuz ve bir an önce bitmesini dilediğimiz pandemi dönemi sadece gençlerin değil herkesin hayatını her yönüyle etkiledi. Zorunlu olarak online geçirilen sürelerin uzaması ve ev dışı eğlence aktivitelerin kısıtlanması sebebiyle, oyun ve espor dünyasında büyük bir talep artışı meydana geldi.

Sene boyunca ekip olarak yaptığımız tüm hazırlıklar ile oyun ekosistemine gösterdiğimiz ilgiyi, 2021 ile beraber üzerinde çalıştığımız ve platforma dönüştüreceğimiz bir dünya yaratarak göstereceğiz. Bu, bir oyuncunun hayalinde görmek istediği şekilde bir dünya olacak. Ozan Mode: ON

Espor takımlarına ve ekosistemine tam destek olmak, kendi espor ekosistemimizi yaratmak, oyunlar özelinde kullanıcılara fırsatlar oluşturmak, online / offline (umuyorum) etkinlikler ile onları bir araya getirmek dışında müzik, eğlence, eğitim gibi gençlerin ihtiyacı olduğu her anda Ozan SuperApp'lerinde olacak. En önemli nokta ise, inşa edeceğimiz bu dünya aynı zamanda gençlerin ve oyuncuların sesi olacak. Onların hayalleri değiştikçe biz de değişeceğiz, onların deneyimlerini önemseyerek zaman içinde tam da onların istediği gibi bir dünya kurmak için sürekli evrilecek bir platform inşa ediyoruz.

"Ozan SuperApp" uygulaması ile gençlerimiz, finansal işlemlerini kolaylıkla ve güvenle 7/24 gerçekleştirebilecek. Ozan SuperApp; hesap açma, 7/24 para transferi, QR ile ödeme, yurt içi ve yurt dışı fatura ödeme, Amazon, Tesla gibi şirketlerin hisse senetlerinin alım satımı, kripto para alım satımı ve oyun kodu (e-pin) satın alma gibi birçok fonksiyonu içinde barındıracak. Ozan SuperApp'i sadece oyun dünyası için değil, hayata dokunan tüm aktiviteleriniz için de kullanabiliyor olacaksınız.

Özetle Ozan SuperApp ekibi olarak, hem yerli hem yabancı oyun firmalarıyla hem de artık geleneksel hale gelen "oyunları" oynayan bireysel oyuncudan espor takımlarına kadar, tüm oyun ekosistemindeki paydaşlarımızın yanında olacağız. Oyuncuların veya esporcuların sadece oyun içi ihtiyaçları / dünyaları değil bu topluluğun oyun dışındaki yeme içmeden tutun da giyime kadar eğitimden tutun seyahate kadar birçok alanda kurgulayacağımız avantajlar dünyasıyla onlara önemli fırsat kapılarını da açarak her zaman yanlarında olacağız.

Belki bir süre online olarak yanlarında olacağız ama umuyorum ki bu zorlu dönemi hep beraber atlatacağız ve hayatımız her anlamıyla en kısa sürede normale dönecek. İşte o zaman gerçekten gençlerimiz ve oyuncularımız ile tam anlamıyla bir araya geleceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BORA AKSOYLU
TR & ME ESPORTS
MANAGER
PUBLISHING &
BUSINESS
DEVELOPMENT

2020 yılı, Riot Games olarak seyircimizle daha fazla iletişim kurduğumuz bir yıl oldu. Dijital dünyada yaptığımız kampanyalar ve içeriklerle izleyicilerimizin TBF ve Worlds deneyimlerini arttırdık. Yarattığımız #bizolankazansın kampanyası ile herkesi TBF ruhunu bir bütün olarak yaşamaya davet ettik ve bu ruhu Worlds 2020 dönemine de taşıyarak sosyal medya platformları üzerinden gerçekleşen 40 günlük bir iletişim sonucunda ülkemizin ilk dijital Esport müzesini kurduk. Sosyal medya etkileşimlerinde ise temsilcimiz Papara SuperMassive'in, bu yıl Worlds'e katılan 22 takım arasında en çok konuşulan 8. takım olmasına yardımcı olduk.

Artan iletişim çalışmalarımız, ne mutlu ki, esportun, ülkemizdeki genç nüfusun en büyük ilgi alanlarından biri haline gelmesine katkıda bulundu. Bu sayede de, markaların espora olan ilgisi ve desteği her geçen gün artmaya devam ediyor. 2020 yılında, daha önce ekosistemimizde olmayan global ve yerel markalarla çalışma fırsatı bulduk. Riot Games olarak markaların verdiği destekler ve iş birliklerimizle birlikte her zaman oyuncularımıza daha iyi bir deneyim sunmaya çalışıyoruz.

VALORANT'ın ilk resmi turnuvası First Strike ile yeni takımların ortaya çıkması da, iletişimimizin daha büyük bir kitleye ulaşmasını sağladı. Aynı zamanda da, yeni yeteneklerin keşfedilmesi ile oyuncu havuzunu geliştirdi.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



ARAS ŞENYÜZ
MILDMANIA
PARTNER

2020 hem Dünya’da hem de ülkemizde dijital oyunların artık net bir biçimde eğlence sektörünün tüketim ve cirosal anlamda zirveye yerleştiği yıl oldu. Sinemaların kapanması, dışarıya daha az çıkabiliyor olmamız özellikle yoğun gün içerisinde bazen vakit bulamadığımız konsol ve PC platformlarının tüketimini oldukça arttırdı. Bu süreçte puzzle 2020’de de mobil oyunlar arasında cirosal liderliğini korurken, shooter dediğimiz FPS/TPS tarzı oyunların zirveye oynamaya başladığını gözlemledik.

Çok büyük stüdyo içeriği isteyen bu tür, bildiğimiz gibi genelde oyun dengesini bozacak ürünleri satmadığından, çeşitli modlar, etkinlikler ve kozmetik eşyalar ile oyuncuların oyuna bağlılığı sağlamaya çalışıyor. Özellikle Mobil shooter kategorisi 2019’a kıyasla gelir oranında %38, indirmede ise %31’lik bir büyümeye yakalayıp 2.7 milyar gibi inanılmaz bir sayıya ulaştı. 2018 yılında başlayan Battle Royale tufanı, bu yıl da mobil oyunların genel istatistiklerini büyük ölçüde etkiledi.

Kategorideki en çok gelir elde eden oyunların tamamen oynaması ücretsiz olması ve sadece kozmetik ürünler için bir ücret ödenmesi gerekmesi de dikkat çekici unsurlardan biri. Oyuncuların sürekli ilgisini çekmek adına kısa süren ve hızlı tüketilebilen sezonlar ile kullanıcılarına bir kazanma duygusu sağlayarak, bir içerik tüketildiğinde hızlıca yeni biri içerik eklenerek oyuna geri dönmeleri sağlıyor. Her sezon, oyuncuların ilgisini çekecek kozmetikler ve oyun modlarıyla desteklenerek oyuncuların keyif alabileceği bir ortam yaratılıyor.

Bu kaliteli ve kolay tüketilebilir içerikler de bu oyunlara daha önce görülmemiş bir seviyede geri dönüş sağlıyor. Bütün bu büyümenin sektördeki en büyük oyunlardan biri olan Fortnite’in AppStore’dan çekilmiş olduğu dönemde gerçekleştiğini de atlamamak gerek. Diğer oyun türlerine göre çok daha uzun süren seanslar ve dikkat gerektiren shooter türündeki bu büyümeye, oyuncuların daha anlamlı oyunlar ve sosyal deneyimler aradığının altını çiziyor.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BORA ARAS
GAME GARAJ
GENEL MÜDÜRÜ

2020 yılı oyun dolu bir yıl olarak geçti. Pandemi ve kısıtlamalarla birlikte evde daha fazla zaman geçirdik.

Uzaktan eğitim ve çalışma, alışveriş, eğlence birçok konuda internet kullanımımız arttı. Sadece oyun pazarı değil, genel anlamda bilgisayar pazarı da beklentilerimizin çok üstünde büyüdü.

Bir oyun bilgisayar markası olarak en önemli hedefimiz, dijital satış rakamlarından öte, tartışılmaz müşteri memnuniyeti ve bu konuda büyük atılımlar yaptık.

Pandemi hepimize yeni alışkanlıklar kazandırdı ve pandeminin bitmesiyle de hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağını düşünüyoruz. Teknoloji ve oyunlara ilgimiz artık eskisinden daha fazla. 2021 yılında da özellikle oyun sektörünün büyüyeceğine inanıyoruz. 2020 yılında oyun pc donanım pazarı globalde yaklaşık olarak 40 milyar dolara ulaştı. Oyun bilgisayarı, çevre birimleri ve aksesuarlarıyla Türkiye'de ise 400 milyon doların üzerinde bir pazar oluştu. Oyun bilgisayarları ise Türkiye'de toplam PC pazarının yaklaşık %20'sini oluşturdu. Sadece donanım tarafında değil, oyun yazılımı tarafında da Türkiye'de yüksek ciro lu satışlar gerçekleşti.

2021 yılında da tüm oyun severlere sağlıklı günler dilerim.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BURCU GÜZEL
TR & ME ESPORTS
MANAGER
OPERATIONS &
PRODUCTIONS

Riot Games olarak yeni koşullara hızla adapte olabilen ve ses getiren yeniliklere imza atabilen bir yapıya sahibiz. 2020 yılında pandemi nedeniyle bir çok spor ve espor organizasyonunun iptal olması, aslında bu kaslarımızı değerlendirme şansı tanıdı bizlere. Pandemi ile birlikte oyuncularımızın maçlarına evlerinden katılacakları bir sistem kurduk. Başlangıçta sunucularımız da oyuncularımız gibi yayınlarımıza evlerinde dahil oldular. Bir süre sonra kendilerini gerekli güvenli önlemlerini alarak seyircisiz bir ortamda sahneye taşıdık ve pandemi sürecinde %20'nin üzerinde bir izlenme saati artışı yakaladık.

Yılın en büyük espor etkinliği olan Türkiye Büyük Finali'ni (TBF) geçtiğimiz sene, etkinliğe özel olarak tasarlanan dijital bir evrende; adalet, onur ve birliktelik kavramlarıyla özdeşleşen Demacia Arena'da gerçekleştirerek bir ilke daha imza attık.Tüm bu zorlu koşullar devam ederken de VALORANT'ın ilk resmi turnuvasını yani First Strike'ı gerçekleştirdik. Kitleden aldığımız olumlu geri dönüşler ve izlenme oranları Türkiye'nin VALORANT esporuna ilgisini ve oyuncuların potansiyelini görmemize yardımcı oldu.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



SERHAT BEKDEMİR
KURUCU
COLLEGIATE
ESPORTS LEAGUE

IESF
EĞİTİM VE GENÇLİK
KOMİSYON BAŞKANI

Üniversite esporu altyapı problemini çözer! Covid-19. espor sektöründe taşları yerinden oynatan, kartları yeniden dağıtan bir kriz. Bundan önceki tüm krizlerde de pozitif büyüme gösteren bir sektör. Oyun sektörü bu krizden de büyüyerek çıkarken; eğitim sektörünün dijitalleşme konusunda ne kadar ilkel kaldığı, teknoloji kullanarak eğitim yapmanın ne kadar önemli olduğu ve oyuncu/öğrenci kümesinin ne kadar büyük olduğunu bütün dünya idrak etmiş oldu.

Kapalı kalan okullar gençlerin ilgisini çekmek bir yana, bu felaket krizin içinde operasyona devam etmek ve ellerindeki tüm teknolojik imkanlarla eğitim vermeye çabalamaktadırlar. İçeriğin ve kalitesinin de ne kadar önemli olduğu bütün dünyada çok net çizgilerle fark edilmiş oldu. Çocuklar, gençler, aileler ve kurumlar artık oyun dünyasına kayıtsız kalamayacaklardır. Bu da bizlere yeni ve farklı sorumluluklar getirmektedir. Gençlerimizi sektöre hazırlamak ve olumsuzlukları minimuma indirmek için ortak akademi ve özel sektörün ortak çaba göstermesi gerekmektedir.

Her teknolojinin ve trendin gelişmesinde global üniversite işbirliği ağlarının büyük desteği olmuştur. 2017 yılında Türkiye esporunun gelişmesi için önce okulların gelişmeye ihtiyacı vardır diyerek yola çıktık. 1 üniversite ile başlayan CEL Turkey organizasyonu bugün 41 resmi üniversite kulübü ile yoluna devam ediyor, öğrencilerine ve mezunlarına iş ve kariyer imkanı sağlıyor.

2021 yılı Türkiye'de üniversite/kolej esporunun büyük sıçrama yapacağı ve hızla endüstrileşeceği bir alan. Esporun altyapı problemini küresel ölçekte çözebilmek için okul kulüpleri çok büyük bir önem taşıyor. Bugün Türkiye'den dünyaya bir örnek gösterebildiğimiz Bahçeşehir Üniversitesi Espor Projesi, amatör seviyeden profesyonel seviyeye bir örgün öğretim süresince ulaşarak örnek model olmuştur.

Sportif tarafına gelince 2020 UEM'de Türkiye'yi temsil eden İstanbul Teknik Üniversitesi ikincilik kupasını Türkiye'ye getirmiştir. Bunun gibi önümüzdeki yıllarda önemi daha iyi anlaşılacak olan başarılarla maalesef geniş bir öğrenci kitlesi kendi imkanlarıyla ulaşmaktadırlar. 2021'de Tencent Games'in ve diğer büyük yayıncıların yatırım yapacağı üniversite ligleri ve turnuvalarının da kalite standartlarını yükseltmesini bekleyebiliriz.

On iki milyon öğrenci/oyuncu gencimiz arasından dünya şampiyonları çıkarmak için yol. esporun altyapı problemini çözmek için üniversite esporuna gerekli yatırımı yapmaktan geçiyor. Başarılı örneklerin çoğalması ile daha çok gence iş ve kariyer fırsatı sağlanacaktır.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



SEÇKİN TOPALOĞLU
BAU ESPORTS
COORDINATOR
BAHÇEŞEHİR
UNIVERSITY

Yaşanılan salgının etkisi ile birlikte, karantina zamanlarında insanların evlerinde en çok yönedikleri şeylerden biri de kuşkusuz dijital video oyunları oldu. Global anlamda diğer önemli husus ise eğitimin online hale getirilmeye çalışılması dikkate çarpıyordu. Aynı dönemde espor ve oyun dünyasının kamusal alanlarda da yaygınlaşmasının önündeki engellerden biri de hala karar vericilerin üst jenerasyonlardan oluşmasıydı.

Ancak 2020 yılında pandeminin de etkisiyle tüm iletişim, medya, eğitim, iş yönetimi vb. gibi araçların dijitalleşmesi, beraberinde hem üst jenerasyonlar ile gençler arasındaki teknoloji kullanabilme makasını daralttı hem de gençlerin dijital dünyanın daha görülebilir ve anlaşılabilir olmasını sağladı.



GENCO ALP
INGAME GROUP
KURUCU ORTAK
CEO

Pandemi süreci insanların hareketliliğini kısıtladığı için, milyonlarca insanın evde daha fazla zaman geçirmeye başlaması nedeniyle her türlü dijital içerik tüketimi de doğal olarak artış gösterdi. Oyuncu sayısında ve eski oyuncuların oyuna dönüşünde büyük artışlar yaşadığımızı söyleyebiliriz. Günlük aktif kullanıcı sayımız %20 artarken, aylık kazandığımız yeni kullanıcı sayısı ise %15'lik bir artış gösterdi.

2021 ise yeni oyun projelerine başlayacağımız bir yıl olacak. Dolayısıyla gerek Türkiye gerekse Berlin ofisimizde istihdam anlamında genişleme planlıyoruz. Büyük beklentimiz olan Zula Mobile için globalde lansmanı 2021 yılı içerisinde gerçekleştireceğiz. Böylece umuyoruz ki, global anlamda başarı sağlayan yeni bir oyunu daha oyun severler ile buluşturmuş olacağız. MMOFPS türü bilgisayar oyunumuz Zula severleri daha fazla memnun edebilmek için daha fazla içerik ürettik ve üretmeye devam edeceğiz. Online olarak düzenlediğimiz espor turnuvaları çeşitlenerek rekabeti en üst seviyeye çıkarak bir noktaya doğru gidecek.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



İLHAN YILMAZ
MONSTER
NOTEBOOK KURUCU
VE CEO

2020'de özellikle çevrim içi geçirilen sürelerin uzaması ve ev dışı eğlence aktivitelerin kısıtlanması sebebiyle, oyun ve spor dünyasında büyük bir talep artışı meydana geldi. Sektörün son yıllarda kaydettiği büyüme eğrisi 2020'de de dikey olarak devam etti. Dolayısıyla, biz de Türkiye oyun ve espor ekosisteminin en bilinen aktörlerinden biri olarak, oldukça yoğun bir sene geçirdik. Pandemi sürecinin başında evde kalan oyun severler için NVIDIA iş birliği ile düzenlediğimiz "Monster Reloaded" turnuvasında espor hayranlarıyla bir araya geldik. Sonraki süreçte de Monster Notebook ana sponsorluğunda gerçekleşen "Red Bull Solo Q", "Red Bull Flick" ve "Intel ESL Türkiye Şampiyonası" gibi Türkiye'nin en büyük espor organizasyonlarında espor heyecanını yüzbinlerce kişiyle paylaştık. Yıl içerisinde 5 milyondan fazla espor hayranının takip ettiği bu etkinliklerde amatör ve profesyonel 20 binden fazla espor oyuncusunu destekledik.

Monster Notebook olarak her seviyeden oyuncuya en iyi oyun deneyimini sunmak için tasarlanmış yüksek performanslı dizüstü bilgisayarlarımız ve oyuncu ekipmanlarımız ile ülkemizde oyun bilgisayarı denilince akla gelen ilk markayız. Bu bilinirliğin beraberinde getirdiği sorumluluğu layıkıyla yerine getirmek için var gücümüzle çalışıyoruz. Kullanıcılarımızla bağımızın her sene güçlenmesini, birlikteliğimizin ömür boyu sürmesini hedefliyor ve özellikle satış sonrası hizmetlerimiz ile sektöre liderlik ediyoruz. Örneğin, kısmi karantina koşullarında bile kullanıcı deneyiminden taviz vermeyerek, dijital mağazacılıkta bir devrim yarattık. Kullanıcılar, herhangi bir randevu sistemine tabii olmadan, web sitemiz üzerinden diledikleri satış temsilcisi ile anında ve birebir görüntülü video bağlantısı yapabiliyor.

2021 her geçen sene büyüyen, daha geniş kitleleri içine alan oyun dünyasına katkı sunmaya devam edeceğimiz bir sene olacak. Bu dünyanın barındırdığı fırsatları keşfederek Türkiye oyun sektörü için katma değere dönüştürme hedefiyle, oyunun ve oyuncunun heyecanını en yüksek seviyede paylaşmayı ve çoğaltmayı her sene olduğu gibi bu sene de sürdüreceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BORA KOÇYİĞİT
SERİ YATIRIMCI

2020 anılarımızda hiç de güzel şeylerle yer almayacak bir yıl olarak geride kaldı. Pandemiden zarara uğramadan çıkan birkaç sektörden biri de oyun sektörü oldu. Pandemi öncesi sektörün ulaşması beklenen ekonomik büyüklük, planlanandan %10 daha fazla büyüdü. Türkiye oyun sektörü de bu büyümeden güzel bir pay almayı başardı. TL/USD paritesinde yaşanan kur artışına rağmen büyüme sağladık ve 2021'de 1 Milyar USD'yi aşacağına sinyallerini de gördük.

Türkiye mobil oyun kullanıcı ve mobil oyun kullanımı oranında inanılmaz bir büyüklük ile dünyada lider durumda. Son senelerde hayatımıza yeni giren mobil oyunların sayısı arttıkça, Türkiye Oyun Sektörü de bu artıştan pozitif olarak faydalanmaya başladı. Yaşanan başarılı exitler sonrası erken aşama oyun stüdyosu girişimlerinde de muazzam bir artış yaşandı. Oyun sektörüne özel yatırım yapmak amacı ile kurulan fonlar ve yatırım şirketleri görmeye başladık.

Bu gelişme planı, düşüncesi ve motivasyonu olan ama finansal zorluklar nedeni ile sektöre giriş yapamayan gençlerin de önlerini açtı. Espor ise pandemiden hem olumlu hem de olumsuz etkilenen sektörler arasında yer aldı. Neredeyse tüm spor müsabakalarının ertelendiği günlerde esport online olarak hayatımızda yer almaya devam etti. Bu nedenle izlenme sayılarında müthiş artışlar yaşandı. Fakat sektörde büyük önem taşıyan sponsorluk gelirleri ciddi anlamda düştü. Bu da gelirlerinin büyük bölümünü sponsorluğa dayandıran, finansal yapısı zayıf esport kulüplerini zor durumda bıraktı. 2021 senesinde Türk esport sahnesinde köklü değişiklikler yaşanacağını tahmin ediyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



MUSTAFA UYAR
LOGITECH TÜRKİYE,
ORTA VE BATI ASYA
ÜLKELERİ MÜDÜRÜ

Espor, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de milyonları peşinden sürüklüyor ve ülkemiz Türkiye, espordaki gücünü son yıllarda fazlasıyla hissettirmeye başladı. Esportla birlikte genel anlamda oyun sektörü güçlü bir şekilde büyüyor ve Logitech de, oyun ve espor dünyasının bizzat içinde yaşayan bir şirket olarak, dünyada ve Türkiye'de bu sektörün önemli bir parçası konumunda...

Logitech G markamızla oyuncularla ürün geliştiriyor, yazılımlarla ürünlerimizi oyuna ve oyuncuya göre kişiselleştiriyoruz. Kullanıcılarımızın, sektör profesyonellerinin beklentilerinin ötesine geçecek ürünler tasarlayarak performanslarına maksimum katkıyı sağlamak ve aynı zamanda sektöre yön vermek üzere çalışıyoruz. Yenilikçi tasarım ve gelişmiş teknolojilere sahip en üst seviye klavye, mouse, kulaklık, mikrofon, kamera, gibi ürünler ve direksiyon, joystick gibi simülasyon ekipmanlarımızla her seviyedeki oyuncunun ve yayıncının ihtiyaçlarını karşılıyoruz.

Logitech G olarak dünyada ve Türkiye'de çok kapsamlı çalışmalarımız var. Global ölçekte Na'Vi, Astralis, G2, DAMWON Gaming, TSM gibi buldukları liglerin ve oyunların en önde gelen takımlarıyla partnerliğimiz bulunuyor. Ayrıca LEC gibi en önde gelen liglerle de yakın çalışmalarımız mevcut. Bunlara ek olarak McLaren iş birliğiyle global anlamda yarış ekosistemini sahiplendiğimiz Logitech McLaren G Challenge turnuva serisine devam ediyor ve bunun Türkiye ayağını da düzenliyoruz. Logitech G markamızla global arenada yaptığımız yatırımları Türkiye'de de sürdürmek için çalışıyoruz.

Bu kapsamda League of Legends TBF'nin sponsoru olduk. Ayrıca Supermassive ile devam eden iş birliğimiz sayesinde takımın ve sporcularımızın performansına katkı sağlarken, e-sporun ülkemizde daha bilinir olmasına, yaygınlaşmasına da destek olmaya çalışıyoruz. Diğer taraftan Bahçeşehir Üniversitesi ve Crytek işbirliğiyle açılan Türkiye'nin ilk sanal gerçeklik laboratuvarının destekleyicileri arasında yer alıyoruz. Bu alanda yenilikçi fikirler ve girişimleri daima destekliyoruz. Bunlara ek olarak ülkemizde gerçekleşen GIST gibi etkinliklerde de kullanıcılarımızla bir araya gelmekten ve son teknoloji ürünlerimizi deneyimlemelerinden de büyük mutluluk duyuyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



LALE ERGİN
ESA ESPORTS &
MEDIA
KURUCU ORTAK VE
CEO

2020 yılı hem dünyada hem ülkemizde oyun ve espor sektörü açısından çok dinamik bir yıl oldu. Pandemi nedeniyle hem sorunlar, hem de olağanüstü fırsatlarla karşılaştık. Oyuna ve espora olan ilgi pandemi ile arttı. Özellikle fiziksel sporların yapılamaması dolayısıyla gözler espora çevrildi ve markalar, artık bu segmentin pek çok sektör için stratejik bir segment haline geldiğini daha net anladılar. TV kanallarından dijital kanallara göç hızlandı.

Nielsen raporuna göre pandemi sırasında evde kalan 5 kişiden 4'ü bir video oyunu oynadı. Küresel oyun pazarı 2020'de %19,6'lık bir büyüme ile 175 milyar dolara ulaştı. Yine Next in Turkey verilerine göre bu dönemde ülkemizde espor turnuvalarına olan ilgi ve oyun indirenlerin sayısı yüzde 30 arttı.

Türkiye, küresel oyun pazarında ciddi bir oyuncu haline gelmeye başladı. Peak Games'in Zynga tarafından satın alınması ve ülkemizden çıkan ilk unicorn olması ise Türkiye'deki ekosistemi cesaretlendiren ve motive eden bir unsur oldu.

Elbette covid fiziksel turnuvalar ve etkinlik sektörünü oldukça olumsuz bir şekilde etkiledi ve bu dönemde markaların pazarlama ve sponsorluk bütçeleri önemli şekilde azaldı. Öte yandan, yapılan araştırmalardan gördüğümüz kadarıyla espor sevenler fiziksel turnuvaları, o heyecanı yaşamayı ve sosyalleşmeyi çok özlediler. Dolayısıyla biz covid etkilerinin ortadan kalkmasını takiben fiziksel espor turnuvaları tarafına önemli bir ilgi bekliyoruz. Bu etki elbette pandemideki gelişmelere bağlı olmakla birlikte umuyoruz 2021'in ikinci yarısından itibaren kademeli olarak görülmeye başlanacak.

ESA Esports & Media şirketi olarak kendi markamızla organize edeceğimiz, farklı oyunların düzenli lig ve turnuva serileri ile Türk espor ekosisteminin gelişimine ve istikrarına katkı sağlamayı hedefliyoruz. Bunun yanı sıra genel anlamda video oyunları hedef kitlesine yönelik olarak eğlenceli ve eğitici içerikler de üretmek ve markaları bu kitle ile doğru ve kaliteli içeriklerle buluşturmak da önemli hedeflerimiz arasında. Özetle 2021 yılı bizim açımızdan geleceğe hazırlık için yapılanma ve markalaşma yılı olacak.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



GÜRAY YOLUKAR
JOBUM
KURUCU ORTAK

Eğitimciler, psikologlar ve teorisyenler oyun konusunu ve kavramını yüzyıllardır araştırmışlardır. Oyunun evrensel bir tanımı olmamasına rağmen araştırmacılar oyunu tanımlayan ve onu diğer davranışlardan ayıran birtakım özellikler olduğu konusunda hemfikirlerdir. İşte bu eğlendirici, öğretici, geliştirici faaliyetler başlıklarında toplanabilen oyun kavramı sadece eğlence için değil çocuk eğitimlerinden kurumsal eğitimlere kadar birçok evrede önemli bir noktaya konumlanmış durumdadır. Dijital dünyanın hızlı gelişim süreci ile oyun sektörü de paralel bir şekilde bugün geldiği noktada arka plan modelleme olarak da hayatımıza girmiştir. Bugün iş hayatında Gamification kavramının önemini hepimiz biliyor ve hissediyoruz. İnsan Kaynakları tarafından konuyu ele alırsak işe alım süreçlerinde adayların daha etkili bir şekilde değerlendirilmesi noktasında birçok kurum oyunlaştırmadan faydalanmaya başlamıştır. Oyunlaştırma ile yapılan mülakatlar, sadece doğru adayın bulunması değil yetenekli kişilere de kolay erişimi sağlamaktadır. Jobuum bu yeni nesil anlayışa uyumlu bir mobil uygulamadır. İşe alım sürecini modellerken oyunlaştırma kavramı göz önünde bulundurularak tasarlanmış, cep telefonundan online tek yönlü video lu mülakat yapılarak, CV ile iş başvurusu alışkanlıklarına majör bir değişim getirmiştir. Ayrıca geliştirme sürecinde sadece video mülakat değil oyun deneyimlerini kullanarak doğru ve yetenekli adaylara kolay ve hızlı erişimin aracı olmak bizim için heyecan verici bir yolculuk olacaktır.



SERTAÇ PIÇAKÇI
VP OF PRODUCT
MASOMO

2020 yılı oyun sektörü açısından olumlu bir yıl oldu. Zaten büyümekte olan oyun sektörünün büyüme hızı pandemi sebebiyle daha da hızlandı. Birçok kişinin evden çıkamadığı bir dünyada daha önce hiç oyun oynamamış kişiler bile oyun sektörüyle tanıştı, hedeflenebilir pazar daha da büyüdü. Bu süreç içerisinde oyun şirketlerinin gelirlerinin artmasının en büyük sebeplerinden bir tanesi de oyunlar için harcanan paranın verimi en yüksek eğlence araçlarının başında geliyor olmasıydı. Oyunlara harcayacağınız 1 dolar ile elde ettiğiniz eğlencenin süresi evde deneyimleyebileceğiniz diğer eğlence araçlarının yanında çok daha verimli. Özellikle mobil oyun sektöründe 2020 yılının dikkat çeken gelişmelerinden bir tanesi uzak doğulu oyun şirketlerinin konsol kalitesinde oyunlarını mobil platformlara taşımalarıydı. Genshin Impact'in global anlamda en çok para kazanan oyun listelerine hızlı bir şekilde giriş yapması bunun en iyi örneklerinden. Yüksek prodüksiyon kalitesiyle fark yaratan bu oyunlar 2021 yılında da uzak doğulu şirketlerin batıyı fethetme anlamında kullanabilecekleri güzel yöntemlerden biri olmaya devam edecek. Bu durum yüksek oyun geliştirme maliyetleri sebebiyle batılı şirketlerin karşı koymakta zorlanabilecekleri alanlardan bir tanesi olacak.

Beklendiği gibi 2020 yılı rekabetin daha da arttığı bir yıl oldu. Mümkün olduğunca her segmentteki oyuncudan maksimum faydayı almak adına oyun içi reklam ve gerçek para harcama kurguları daha da segment spesifik olmaya başladı. Tek bir gelir veya oyun içi ekonomi modelinin her ülke oyuncusuna uygulanması artık söz konusu değil. Ülke spesifik optimizasyonlarla gelir ve bağlılığı maksimize etmek Live Ops ekiplerinin önemini daha da arttırdı. 2021 yılında daha detaylı segmentler ve bu segmentlere uygun gelir ve bağlılık modelleri görmeye devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



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

Pandemi, birçok sektör gibi esporu da oldukça etkiledi. Virüsün bir espor ülkesi olan Çin'den yayılması bu etkiyi özellikle arttırdı. League of Legends, Dota2 ve Overwatch gibi kapsamlı organizasyonlar ertelendi. LCK 2020, IEM Katowice 2020'nin Playoff'ları seyircisiz oynandı. Çevrim içi espor etkinliklerine gösterilen ilgiyse yüksekti ve esporun ne kadar büyük bir kitleye hitap ettiğini bir kez daha gösterdi. 2020'de esporda Orta Doğu'nun toplam oyun pazarı cirosu 8 milyar USD iken Türkiye'de toplam oyun pazarı futbol başta olmak üzere cirosu 830 milyon USD'ye ulaştı. Bu kapsamda Türkiye'nin komşularına kıyasla hızlı bir ivmeyle hareket ettiğini söylemeliyiz. Uzun süren bir pandemi sürecine rağmen spor etkinliklerinin e-spor çatısı altında dijital ortamda yapılabilmesi e-spora olan ilginin ilerleyen dönemlerde katlanarak artacağına işaret ediyor. Buna bağlı olarak spor yönetici ve kulüplerinin e-spor alanına yönelmesi ve yatırımlarını arttırmaları da kısa dönemde gerçekleşmesi beklenen sonuçların arasında.

Şartlar iyileşirse bazı turnuvaların yüz yüze yapılması mümkün olacak; bazı küçük çapta turnuvaların ise çevrim içi olarak yürütülmesi gündeme gelebilir. Hukuken, uzaktan yapılan maçların adil bir şekilde yönetilmesinin ve denetlenmesinin önemi daha iyi anlaşıldı. Bu dönem; en önemli fırsat, oyun / espor ayırımının netleşmesi. Çünkü, salgından ötürü sporun elektronikleşmesi, esporun spor karakterini kuvvetlendirerek bu ayrımı pekiştirmeye son derece elverişli. Giyilebilir ve arttırılmış gerçeklik teknolojilerinin, konum bazlı fiziksel etkileşim içeren hybrid oyunların bu ayrımı belirginleştirme potansiyeline sahip olduklarını düşünüyorum. Bu durumun, bilişim, fikri mülkiyet ve espor hukukunu derinleştirerek, espor telifleri, lisanslama, esporcu ve yayın sözleşmeleri gibi özellik arz eden hukuki konu ve sözleşmelere olan gereksinimi daha fazla gündeme taşıyacağını ön görüyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



KAYRA KERİ KİPÇÜ
MONSTER
NOTEBOOK
OYUN PROJELERİ
YÖNETİCİSİ

Özellikle son senelerde hızla yükselişe geçen dijital oyun kültürü, pandemi döneminde herkesin evlerde olması sebebiyle çok daha geniş kitlelerin de ilgi alanına girdi. Daha önce çeşitli sebeplerden ötürü oyun oynamayan, oyun yayınlarını veya espor etkinliklerini takip etmeyen birçok kullanıcının, eğlence ve sosyalleşme aktivitelerinin sınırlandırıldığı bu dönemde oyun dünyasına adım attığına şahit olduk. Mevcut oyuncu kitlesine katılan bu yeni grubun da etkisiyle dijital oyun kültürünün etki alanı daha fazla genişledi. Kısacası, yakın zamana dek Y ve Z kuşaklarına hitap ettiği düşünülen oyun dünyası, artık bütün yaş gruplarını kapsayan bir olgu olarak karşımıza çıkıyor.

Son kullanıcı tarafındaki bu yükselişin ülkemizdeki sektörel karşılığına baktığımızda ise gelecek vaat eden bir pazarla karşılaşılıyor. Uluslararası başarılarla imza atan yerli oyun stüdyolarının sayısı her geçen sene artıyor ve artmaya devam edecek. Fakat bu başarının normal seyrinde gelmesini beklemek olmaz; girişim ekosisteminin beslenmesi, bu alanda farkındalık yaratılarak ekosistemin daha fazla yatırım çekmesi sağlanmalı. Ayrıca bu alanda, aralarında lise öğrencilerinden deneyimli yazılım mühendislerine kadar geniş bir dağılım oluşturan önemli bir yetenek havuzu var. Monster Notebook olarak, bu yetenekler için fırsat yaratmak, ülkemizin katma değerli üretimine katkı sunacak güçlü bir istihdam oluşturmak için Monster Gaming Lab'ı kurduk. Bu program ile girişimlerin oyun geliştirme süreçlerinde ihtiyaç duydukları yazılım, donanım, çalışma alanı, maddi destek, eğitim ve mentorluk gibi destekler sağlıyoruz ve ülkemizde daha fazla kişinin oyun dünyasına girmelerine yardımcı oluyoruz.

Monster Notebook olarak yılların sağladığı oyun bilgisi ve kültürüne sahibiz. Oyun dünyasının, en büyük sektörlerden biri haline hızlıca dönüştüğünü de görerek ülkemizin bu alanda da başarılı işler çıkarması için destek ve çabalarımızı da arttırıyoruz. Önümüzdeki yıllarda ülkemizin adının oyun sektöründe önemli yerlere gelmesi ve ülkemizden çıkan oyunların da "EN İYİLER" listelerinde ve ödüllerinde adını görmek en büyük isteğimiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



ALİ SAYIN
VERTIGO GAMES
CO-FOUNDER

Mobil oyun sektörü, pandeminin de etkisiyle 2020 yılında da artarak büyümesini sürdürdü. 2021 yılı için de aynı büyümenin artarak süreceğini tahmin ediyoruz. 2020 yılında en önemli nokta hyper-casual alanında yaşanmaya başlanan değişim oldu. Casual oyunlara olan ilginin artmasıyla birlikte rekabette arttı. Bu yıl bu dönüşümün artık belirginleşeceğini ve belli başlı casual oyunların marketi domine edeceğini düşünüyoruz. Maalesef birbirinin kopyası hyper-casual oyunların yerini, birbirinin kopyası Match 3 / Puzzle oyunlar alacak gibi duruyor.



MURAT SAYIN
VERTIGO GAMES
CEO

2020 yılında Critical Strike oyunumuz için iddiamızı daha da büyüttük. Sadık kullanıcılarımız, indirme sayımız ve gelirimiz özellikle yılın 2. yarısından itibaren en az 3 kat arttı. 2021 yılında 200 milyon kişiye ulaşmayı planlıyoruz. Tüm bu hedeflerin yanı sıra 2020 yılı eğitim ve insanlara ulaşmak için çaba harcadığımız bir yıl oldu. Niteliksiz kalabalıklardan ve kişi sayısından çok, nitelikli insanların çok daha önemli olduğunu yaşayarak öğrendik. Bu nedenle de online eğitimlere ve sohbetlere ağırlık verdik. 2021 yılında da bu çabamız sürecek. Ülkemizin insan potansiyeli açısından gelişmesi için elimizden gelen katkıyı sağlayacağız.

Not: Ortak Görüş

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



İLKAY TEPE
STEELSERIES
TURKEY
ÜLKE MÜDÜRÜ

Öncelikle dünya ve Türkiye için gerçekten çok kötü bir yıl oldu. Tek dileğim bir an evvel Covid-19 salgınını atlamamız ve normal hayatlarımıza geri dönmek. Ancak 2020 yılı oyun sektöründe bu zamana kadarki en kazançlı yıl oldu. Karantina süreci oyunlara olan ilginin arttığı bir dönem ve bir çok yeni oyun ve konsol lansmanlarının yapıldığı güzel bir gaming yılı oldu.

Oyun ve espor analizleri ile pazar araştırmaları yapan Newzoo'ya göre bu yıl oyun sektörü, müzik ve film sektörlerinin küresel cirosunun 2 katından fazlasını üretti. 150 milyar dolara yakın bir gelirden bahsediliyor. 160 milyar dolara yakın bir harcama yapıldığı tahmin ediliyor. Sektörün küresel gelir öngörüsü 2023'te 200 milyar doları aşmak.

Büyüyen pazarda SteelSeries olarak 2023 yılına kadar Türkiye'de premium sınıfta birinci marka olmak adına attığımız adımlar bize meyvesini bu yıl verdi. 2021 yılı bizim 20. yılımız ve çok güzel sürprizlerle geliyoruz diyebilirim.

Sık sık düzenleyeceğimiz ödüllü turnuvalar ajandamız da olacak. Yine herkesin çok seveceği yenilikçi oyuncu ekipmanları oyun severler ile buluşturacağız.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



İLKER KARAS
ESPORTS360
MARKA İLETİŞİM
MÜDÜRÜ

HÜRRIYET
SPOR ARENA
ESPOR KÖŞE YAZARI

2020, LEGO gibi bir yıl; Gerçekten çok garip bir yıldır 2020. Hiç olmadığımız kadar çevik olmak, bütün planlara alternatif senaryolar çıkartmak ve en önemlisi her yeni planda kendimizi güvende hissetmek zorundaydık. LEGO'larımızı ve egolarımızı yıkıp baştan yaptık. Yerli ve yabancı hiç tanımadığımız ekiplerle farklı projelerde birlikte çalıştık. Hem markalar hem de farklı iş kolları ile bu süreçte olmadığımız kadar yakın olmayı, ayakta kalabilmenin en önemli yolunun birlikte hareket etmek olduğunu deneyimledik. İnsanlar evde kapalı kaldıkça daha fazla oyunlara, online etkinliklere ve içeriklere yöneldikleri anlarda onların yanında olmak, markalar ile bu deneyimi paylaşmak ve günün sonunda "Bugün de hayattayız ve iyiyiz." demek en paha biçilemez olanıydı.

Kas hafızamız ortama uyum sağladıkça yeni ve büyük adımlar atmaya başladık. 2020 yılında ekip olarak mobil oyun turnuvaları özelinde turnuva platformu ESPL ile anlaşma sağladık. Hürriyet Spor Arena'nın Gaming ve Esports tarafında özel olarak içerik üretme kısmında bir partnerlik gerçekleştirdik. PUBG sahnesi için, PUBG BAHAR KUPASI, Algıda Boom Boom PUBG Yaz Kupası, PUBG 29 EKİM KUPASI ve, PUBG 29 KASIM SONBAHAR KUPASI etkinliklerini düzenledik. Ardından 2020 yılında başlayıp 2021 yılında tamamlanacak şekilde eSports360 tarafından planlanan ve WeSportsmedia stratejik iş birliği ile 50.000 TL ödül havuzlu ülkemizin uzun soluklu Premium PUBG projesi PROTALITY SERIES hayata geçti. Bizim en değer verdiğimiz proje olan PROTALITY, sadece Twitch tarafında 2.5 milyondan fazla Live Views'a ulaştı. Sezon 1 için Supradyn Energy PUBG Protality Series olarak ana sponsorluğun yanında AXE, WD Black ve Olips markalarının destekleri ile güçlü bir konuma ulaştık. Gelecek PROTALITY sezonlarında bu ilginin artacağını düşünüyoruz.

Bir diğer önemli çalışmamız ise DROPSTARS - PUBG Solo Turnuvası idi. Türkiye, Orta Doğu ve Güney Afrika kapsamında 22 ülkenin katılımına açık olarak 4.000\$'lık ödül havuzu ile Seagate'in sponsorluğunda Türkçe, İngilizce ve Arapça yayınla birlikte 2020 yılı içinde eSports360 tarafından hayata geçirdik. Katılımcılar kendi bölgeleri için düzenlenen açık elemelere katılıp bölgelerini büyük finalde temsil etme hakkı kazandıkları solo format ile eSports360'ın Türkiye sınırları dışında geliştirdiği ilk proje olarak arşive yerini aldı.

Koca bir yılın sadece şubat ayını ve aralık ayını hatırlıyorum. Gerisi spontane gelişti ve bu sadece bizim için değil dünyada da böyle yürüdü gitti. Oyun stüdyolarının çoğu artık COVID-19 stresine alışmış ve hayatlarının geri kalanında nasıl iş yapacağını öngörebilir düzeyde. Espor tarafı da spor müsabakalarının durdurulduğu ve kademeli açıldığı 2020 yılında tüm zamanların en iyi çıkışını yaptı. Espor için sporun geleceği diyorduk ve bir kez daha haklı çıktık. Bu noktada üzülmediğim 2 nokta var. Birincisi Gamescom gibi her anlamda büyük fuarlar ve offline espor etkinliklerini ne zaman göreceğimizi bilmiyor oluşumuz. Bir diğer nokta ise bu fuarları organize eden ve tedarik zincirinde olan ekiplerin ekonomik olarak gerçekten zorda olması. Umuyorum hayat her anlamıyla en kısa sürede normale döner.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



KAMER KEMERKAYA
COFOUNDER CEO
MORALABS

Pandemi dolayısıyla 2020 yılında bütün dünya eğlencesini kaybetti maalesef. Bir taraftan belirsizliğin getirdiği kaygı, diğer taraftan özgürlüklerin kısıtlanması nedeniyle bütün dünya zor bir süreçten geçiyor. Tam bu noktada oyun sektörü insanların imdadına yetişiyor ve onlara güzel bir eğlence imkanı sunuyor. Bu sektörde olmaktan tam olarak bu nedenle ben de çok keyif alıyorum. 2020 raporlarına baktığımızda oyunların indirme ve oynama oranlarının bütün dünyada arttığını gözlemliyoruz. Özellikle son yıllarda Türkiye'deki yerel şirketlerdeki yatırım artışları, küçük oyun stüdyolarının global firmalar için oyun üretmeleri 2020 yılında Türk oyun sektöründe ciddi bir puan artışı olmasını sağladı. Türkiye'de telefonda en az bir kere oyun oynayanların sayısı %65'ler seviyesine ulaştı.

Bu yükselişin 2021 yılında yine aynı şekilde devam edeceğini düşünüyorum. Bütün bu gelişmeler oyun sektörü özellikle Türkiye Oyun Sektörü için çok umut verici. Benim hayalim, Türkiye'nin dünyada oyun geliştirme merkezlerinden biri haline gelmesi. Bir taraftan çok yetenekli, hevesli ve motive oyun tasarımcıları, görsel tasarımcılar ve geliştiricilerin olması dolayısıyla diğer taraftan maliyetlerin daha ucuz olması dolayısıyla çok da gerçekleştirilebilir bir hayal olduğunu düşünüyorum. Devletin bu alanda yapacağı teşvikleri artırmasıyla bu hedefe daha kısa sürede yaklaşacağımız bir gerçek. Bütün enerjisiyle yılmadan, pes etmeden bütün zorluklara rağmen oyun üreten geliştiricilere ve stüdyolara selam olsun.



CEM NAHİT KONE
NETMARBLE PC
DEPARTMANI
DİREKTÖRÜ

2020 senesi oyun sektörü için inişli ve çıkışlı bir yıl oldu. Türkiye için özellikle oyun stüdyoları açısından çok önemli bir yıl olduğunu söyleyebiliriz. Mobil oyun sektörünün büyüklüğü, pc ve konsol oyun sektörünün büyüklüklerinin toplamından daha büyük bir konuma ulaştı.

Pandemi ile birlikte insanların eve kapandığı bir sene oldu 2020. Ev ortamında daha fazla eğlence arayışı, oyun oynayan ve oynamayan kitleleri oyun oynamaya yönlendirdi. Mobil cihazların kullanımının kolaylığı ve hızlı tüketilebilen oyunları sayesinde mobil oyun sektörü ivmelenecek büyümeye devam etti. Aynı şekilde rekabetçi ve internet üzerinden oynanan çoklu oyunculu, parti oyunları gibi tarzlar ise fazlasıyla ilgi gördü. Sosyal medya ürünlerini kullanarak geniş kitlelere hitap edebilen influencerların ise bu büyümenin katlanmasında büyük payı olduğunu belirtmem gerek. Türkiye için ise oyun stüdyolarının ekonomik anlamda büyük yatırımlar almaları, hem yurt içindeki birçok farklı sektördeki insanın, hem de yurt dışından yatırımcıların gözünü Türkiye'deki irili ufaklı oyun stüdyolarına çevirmesine sebep oldu.

2021 senesinde de aynı büyüme trendinin devam edeceğini ön görüyorum. Özellikle influencerları iyi kullanan sosyal içerikli oyunlar çok büyük bir sıçrama yapacaktır. Espor aktivitelerinin ise online da artacağını ve sektörün bu alanda büyüme yaşayacağını ön görüyorum. Türkiye'deki oyun stüdyolarının ise yeni başarılarla ve yatırımlara imza atacağından şüphem yok.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



HAMZA SÖNMEZ
YÖNETİCİ ORTAK
SANGAL ESPORTS

Sangal Esports olarak 2020 yılı rebrand ve yeni kadro yapılanmasıyla başladı. İşine tutku ile bağlanmış bir ekip olarak hedeflerimize ulaşmak için keskin ve net bir strateji ile yola çıktık. Bu stratejiyi belirlerken yerel ve uluslararası pek çok örneği ele alıp inceleme fırsatımız oldu. Buradan hareketle neyi yapmamamız gerektiği konusunda çok önemli dersler çıkardık.

Takım kimyamızın oturması ve gerekli dijital ortam yatırımlarımızın ufak ufak sonuç vermeye başladığı 2020 yılında 1x ESL Türkiye Şampiyonluğu(CS:GO), 1x ESEA Advanced S35 Avrupa Şampiyonluğu(CS:GO) kazandık. Yılın sonuna doğru kurmuş olduğumuz Valorant ve Zula kadrolarımızla da FPS oyunlarında sadece Türkiye’de değil uluslararası arenada da her zaman zirve için mücadele edecek bir ekibe dönüştük.

Biraz da rakamlardan bahsetmek gerekirse; bugün gelinen noktada Sangal Esports, Avrupa’da katıldığı liglerde maçları 4 farklı dilde yayınlanan, saat farkı sebebiyle gece geç saatlere gelse dahi bir maçta yaklaşık 100.000 canlı izlenmeye ulaşan ve sosyal medya aktiviteleriyle ayda milyonlarca kişiye hitap eden ve en önemlisi de espor takımları arasında taraftarıyla en güçlü bağı kuran bir takım hüviyetindedir.

2021 yılında ise bu yatırımlarımızı daha da artırarak, dijital eğlence sektörünün en büyük parçalarından olan esporu daha kabuğundan çıkarıp; profesyonel takım kimliğimizle birlikte Türkiye’nin en büyük hikayelerinden birisi olmayı hedefliyoruz.

Bir diğer beklentimiz ise pandeminin giderek etkisini yitirmesi ve bunu takiben ekibimizle daha omuz omuza çalışma imkanı yakalayacağımız oyun üssümüzü açmak için çalışmalara başlamak olacak. Bu üs ile bir profesyonel oyuncunun ihtiyaçlarına 360 derece cevap veren ve kariyer gelişimlerine büyük katkı sağlayan bir yapıya sahip olmayı hedefliyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



**BURAK GÜVEN
AKMENEK**

FRAGTIST.COM &
FİBER PR KURUCU
OYUN YAPIMCISI

Geçtiğimiz "lanetli" yıl her ne kadar hayatımızda temel değişiklikler yarattıysa da özellikle oyun sektörüne çok iyi geldi. Herkes mecburen eve kapandığından dolayı ulaşabileceği en kolay eğlence merkezi olan teknolojik cihazlara yöneldi. İnternet kotaları bolca patladı, cep telefonları ve özellikle bilgisayar ve tamamlayıcı ürün satışları arttı. Bu da aslında birbirini tetikleyen iki sektör olan donanım ve oyunları ön plana çıkarttı. Donanım sektöründeki imalat ve lojistik sorunlarını ve detaylarını bir kenara koyalım. Mobil oyun üreticiliği bir patlama yaşadı. Her oyun yapımıcısının en büyük derdi olan yatırımcılık anlamında ise ilgi zirve noktasındaydı. Öyle ki, firmalar oyun yapımıcısı değil, yapımıcılar firma seçer hale geldi. 2021 yılında ise atılan tohumların birçok yerden yeşerdiğini göreceğiz.

Mobile olan ilgi, hızlı kara geçme dürtüsünü temel aldığı için yatırımcı açısından bakıldığında son derece mantılı bir seçim. Ayrıca ülkemizden yapılan ve muhtemelen sektör üzerine yorum yazan herkesin eksiksiz değindiği büyük şirket satışları da iştah kabartıyor. Ama iki büyük örneğin var olan onlarca oyun firmasına nazaran adet olarak ne kadar az olduğunu da unutmamalıyız. Herkes başarılı olanı konuşur. Kimse başarısızlıklardan bahsetmez. Var olan devlet desteklerini de göz önüne aldığımızda burada üniversitelerimizin de başarılı işler ortaya koyduklarını söylemeliyiz. Daha fazla yatırım ve zaman gerektiren pc/konsol oyun yapımıcılığında ise benzer bir ivmenin olduğunu söylemek maalesef zor. pc tarafında gereken bilgi birikimi ve eksik insan kaynağı sorununuz gelecek yıllarda da devam edecek gibi görünüyor. Elektronik spor tarafını çok yakından takip ettiğim söylenemez. Lakin buradaki operasyonların tamamen online platformlara kaymasının da kolayca sağlandığını görüyorum. Hızlı entegre oldular. Bir başka çalışma alanım olan "iletişim" kısmıyla da ilgili minik bir parantez açayım: Sosyal medya artık her zamankinden daha önemli. Çünkü iletişimimiz neredeyse tamamen sanal hale geldi. Bu yüzden de kendini doğru olarak ifade edebilmenin eskisine göre çok daha önemli hale geldiğini düşünüyorum. Kelimeleri seçerken daha da titiz davranmalıyız.

Yeni bir düzene oturan dünyada ve devamlı kriz halinde yaşayan Orta Doğu coğrafyasında 2021'i ön görmek çok kolay değil. Ama tüm ofisinin bir notebook ve bir internet bağlantısı olduğu sektörümüzde en güvenilir tahminle 2020'deki yükselişin 2021'de de devam edeceğini düşünüyorum. Yeter ki sağlıklı kalalım.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



CİHAN ÇELİKÖRS
DİREKTÖR
IGG

2020 IGG için yine birçok etkinlik ve oyun içi güncellemeleri ile geçti. Top5'ten düşmeyen Lords Mobile, sürekli oyuncu sayısını arttıran Fetih ve yeni oyunumuz Dress Up: Time Princess ile farklı oyun türleri ile de her tür oyuncuyu platformlarımızı dahil etme üzerine büyük yol kat ettik. Oyuncu geri bildirimleri doğrultusunda birçok oyunumuzda yeni içerikler ve sosyal medya etkinlikleri düzenledik. Geleneksel offline etkinliklerimizi maalesef korona sebebiyle 2020'de yerine getiremedik ancak 2021'de umarım şartların daha iyi olması ile bunun acısını çıkaracağız.

2021'de de 8 adet yeni oyun ile bu vizyonumuza devam edeceğiz ve mevcut oyunlarımız ile beraber Türkiye'de toplam 12m indirme hedefini geçeceğiz. Dress Up: Time Princess'in Türkçe çevirisinin oyuna eklenmesi ile beraber Türkiye'de büyük ilgi çekeceğine eminim. Aynı zamanda Lords Mobile ve Fetih: Altınçağ için hem online hem offline etkinliklerimize devam edip oyuncularımıza 5 yıldan uzun süredir devam eden rekabetçi mobil oyun deneyimini yaşatmaya devam edeceğiz. Castle Clash ile başlayan IGG'nin Türkiye pazarı macerası her zaman görsel kalite ve içerik anlamında zengin daha fazla oyun ile her sene pekişerek gelişmeye devam edecek. Umarım 2021 oyun sektörü için capcanlı ve sonunda koronanın sona erdiği bir sene olur.



SEMA YILDIZ
ACER TÜRKİYE
PAZARLAMA MÜDÜRÜ

2020 yılı tüm alışkanlıklarımızın pandemi etkisiyle farklılaştığı bir yıl oldu. Kısıtlamalar nedeniyle değişen koşullara adapte olup tüm süreçlerimizi, özellikle de zorunlu olanları online'a taşıdık. Bu dönemde öncelikle evden çalışma ve uzaktan eğitimle artan bilgisayar talebi, hem Türkiye'de hem de küresel ölçekte pc kategorisinde uzun yıllardır görülmeyen bir artışa neden oldu. Artan pc talebine katkısı olan temel faktörlerden biri de eğlence amaçlı kullanım olarak karşımıza çıktı. Bu noktada tüm oyuncu bilgisayarlarında, giriş seviyesinden en üst seviyeye kadar, talep artışı yaşandı. Hem Nitro serisiyle hem de 2019 yılında Red Dot marka ödülünü kazanan ilk oyuncu markası olan Predator ile dizüstü oyuncu bilgisayarı kategorisinde, Türkiye'de, satış adedimizi, 2020 pc artış oranının çok üstünde bir oranla arttırdık.

Oyun sektöründe, oyuncuların ihtiyaç ve taleplerini karşılayan ürünlerle yer alırken yeni nesil esport platformumuz Planet9 ile de rekabetçi oyuncuların ve hobi amaçlı oyun oynayanların esport karşılaşmalarına katılabilecekleri bir platform sunuyoruz. Ayrıca 2016 yılından beri Predator markamız ile dünyanın en büyük esport şirketi ESL'in IEM etkinliklerinin tek resmi pc iş ortağıyız. 2020 Şubat ayında Katowice'de fiziksel olarak gerçekleşecek olan IEM finallerinin 1 gün önce seyircisiz oynanacağı kararıyla tüm entegrasyonumuzu dijital olarak gerçekleştirmiştik. Pandeminin dijitalleşmeyi zorunlu kıldığı bu etkinliğin 63 milyona ulaşan izlenme sayısının 2018 yılında 23 milyon olduğunu düşünürsek espora olan ilginin her geçen yıl arttığını söyleyebiliriz. 2021 ve sonraki yıllarda, dijital etkinliklerin, tamamı olmasa da fiziksel etkinliklerin bir kısmının yerini alacağını göreceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



ASLI KARABULUT
PRODUCT
MARKETING
MANAGER
ROVIO STOCKHOLM

Geçtiğimiz yıl, tüm insanlık tarihinin en öngörülemez yıllarından biri oldu. Pandemi ile birlikte gelen sokağa çıkma yasakları, ekranların önünde geçirilen süreyi dramatik bir şekilde artırdı. Oyunlar, COVID-19 salgını sırasında dünya çapında milyonlarca insanın yaşam kalitesini artıran; pandemiyi getirdiği gerginlikten korunmanın temel yolu olarak eğlence ve sosyal bağlantı dikeyinde önemli bir rol oynadı. 2020’de insanlar oyun oynamak için her zamankinden daha fazla zaman harcadı ve oyun pazarı 2020’nin ilk yarısında benzeri görülmemiş düzeyde etkileşim gördü.

Bundan 10 yıl önce, gençlerin sosyal medya için geleneksel medyayı terk ettiğini konuşuyorduk. Bu yıl ise oyunların sunduğu etkileşimi yüksek deneyimler için sosyal medyayı terk ettiklerini konuşur hale geldi. Fortnite bir konsere ev sahipliği yaparken, Animal Crossing bir talk show’a ev sahipliği yaptı. Yine bu yıl WHO - Dünya Sağlık Örgütü’nün pandemi sırasında önerilen bir sosyal aktivite olarak oyunları öne çıkardığına şahit olduk.

Mobil oyunlar, engelleri bir bir aşarak dünya genelinde oyunların daha geniş bir kitleye ulaşmasına yardımcı olmaya devam ediyor. Sadece geçtiğimiz yıl, 90 milyondan fazla yeni “mobil” oyuncu ekosisteme giriş yaptı. Bu büyümeye katkıda bulunan en önemli faktörlerden birinin, hyper-casual oyunların büyümeye devam etmesini söyleyebiliriz. Bu yıl ise, hyper-casual oyun segmentinin doyuma ulaşması ile birlikte konuşmaya başladığımız “hybrid-casual” modelin çığır açması söz konusu olurken; daha fazla hyper-casual oyun geliştiricisinin oyun yaşam süresini artıracak adımlar attığını göreceğiz.

Bununla birlikte yaklaşan IDFA değişimlerinin pazarlamaya bakış açımızı değiştireceğini, “görsellerin” yeni kral olacağını söyleyebiliriz. Geleneksel pazarlama yöntemlerinin günümüz oyun dünyasına uyumlanması hepimiz için ilginç bir deneyim olacak.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BATURHAN GÜRBÜZ
OYUN TASARIMCISI
KODOBUR

2020 yıllı genel anlamda zorlayıcı ve üzücü bir sene olmuş olsa dahi biz oyun geliştiriciler açısından etkin ve efektif bir yıl oldu. Türkiye’de açılan oyun firmaların sayısındaki ve kaliteli oyun üretimindeki artış hem global yetenek avcılarının hem de özellikle MENA bölgesi açılımı yapmak isteyen yerel ve global pek çok yatırımcının ülkemizdeki değerleri fark edip mercek altına almasına ve ülkemizde yatırım hareketleri başlatmasına vesile olmuştur.

Geçirdiğimiz bu süreçte, biz konsol oyun geliştiricileri olarak, kullanıcı sayımızdaki ve satış rakamlarımızdaki ciddi artışın ülkemize döviz girişinde önemli bir rol oynaması bizler için önemli bir nitelik taşımaktadır. Bununla beraber konsol ürünlerindeki satış oranlarındaki artışta bizleri daha büyük bir oyuncu kitlesinin 2021 yılında karşılayacağı ve döviz girişinde de olumlu bir artışın olacağına göstergesidir. Konsol sektörlerindeki kapalı kutu olma durumu ve pazar verisi elde etme zorluğu elmas madeni gibi olan bir sektöre girişi zorlaştırırsa da Nintendo ve Sony PlayStation ile iş ortaklığı yapan bir firma olarak ülkemiz adına konsol sektörü ile ilgili bilgi ve deneyim deposu oluşturma görevini 10 senedir öncülüğünü yapıp gururla taşımaktayız.

Konsol sektöründe geçen seneden bu yana artışını gözlemlediğimiz çoklu oyunculu, rol-yapma ve parti oyunu kategorileri ve crossplatform özellikli oyunların 2021 yılının “En”lerini olacağı kategoriler olduğunun göstergesi olduğu kadar ise insanların sosyalleşmeye ihtiyaçlarının arttığına da bir göstergesidir. Bu durumda sosyal oyuncu tipinin ve bu oyuncu tipine yönelik mekaniklerin önemli olacağı bir süreç bizi bekliyor gibi durmaktadır.

2020 - 2021 yılının konsol geliştiriciler açısından önemli bir gelişmesi olan PSS’in piyasaya çıkması biz ve bizim gibi konsol geliştiriciler için açmış olduğu yeni pazar önemli bir sürecin kapısını aralamaktadır. Türkiye’deki oyun sektörü farkındalığının arttığını gözlemek bu alanın ilk mezunlarından biri olarak beni hem gururlandırıyor hem de gelecek için umutlandırıyor.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



EMRE ATEŞ
PAZARLAMA
MÜDÜRÜ
PAYBYME

Geçmişe dönüp baktığımızda 2020'yi büyük ihtimalle bir dönüm noktası olarak hatırlayacağız; uçak kazaları, depremler, yangınlar, tabii ki pandemi ve pandemiyle gelen ekonomik kriz. Bütün olumsuzluklara rağmen; pandemi, finans ve teknoloji sektörlerinde pek çok yeniliğin yaşanmasını sağladı. Bir yandan dijital dönüşümü hızlandırırken, yeni çözümler üretmeyi de zorunlu hale getirtti. Yine geçmişe dönüp baktığımızda yaşanan tüm ekonomik krizlerin oyun sektörünün gelişmesine engel olmadığını, hatta katalizör görevi görerek büyümesini hızlandırdığı söyleyebiliriz.

2020 yılı da bunun bir tekrarı oldu. Sokağa çıkma yasakları ve eğlence mekanlarının kapalı olması eğlence sektörünün yönünü değiştirdi. Oyun konsolları, bilgisayarlar ve/veya mobil cihazlar başında geçirilen sürelerin arttığı, eş zamanlı oyun oynayan sayılarının rekorlar kırdığı, yeni oyuncu kazanımlarının ve hasılatların (oyun satın alım ve oyun-ıçi satın alım) pik yaptığı bir yılı geride bıraktık.

Rapordaki rakamlardan yola çıkarak; Y kuşağının, alım gücünü kullanarak oyun sektörüne yön verdiğini görüyoruz. Ancak Z kuşağının da dijital dönüşüme ne kadar yatkın bir kuşak olduğunu bildiğimizden, sektöre o kadar hızlı penetre edeceğine şüphemiz yok. Bu sebeple kullanıcı penetrasyonunun, toplam oyuncu sayılarının, Türkiye pazarı büyüklüğünün ve kişi başına harcamanın önümüzdeki 5 senede çok hızlı büyüyeceğini tahmin etmek zor değil. Sektörün bu denli büyümesi oyun video yayımları (streaming) ve espor kültürünü de geliştiriyor.

Milyonlarca izleyici YouTube, Twitch ve diğer platformlarda espor turnuvalarını ve sevdikleri yayıncıları takip ediyor. Bu da video oyunlarının artık sadece bir ağ etkinliği değil, aynı zamanda spor organizasyonu olarak planlanan, kar getiren bir "eğlence" haline getiriyor. Bir zamanların niş hobisi, şimdi milyar dolarlık bir eğlenceye ve aynı zamanda dünyanın en önemli sektörlerinden biri haline geldi. Kendi firmam adına şunu söyleyebilirim; global ve yerel pazardaki köşe kapmaca maratonunda, oyun, oyuncu ve ödeme üçgenindeki en önemli köşeyi, yeni nesil alternatif ve kusursuz ödeme metotlarımız ile kapatmaya devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BATUHAN AVUCAN
FOUNDER &
MANAGING
DIRECTOR
MOBIDICTUM

2020 yılında mobil oyun sektörü ülkemizde gelişimini sürdürdü. Türk oyun stüdyolarının oyunlarının listelerde zirveye çıkması, yayıncıların stüdyoları prototip başına döviz cinsiyle desteklemesi, yeni birçok oyun geliştirme stüdyosunun oluşumuna katkı sağladı. Hyper-casual oyun geliştiricisi ve yayıncısı Rollic'in hisselerinin Zynga'ya satılmasıyla beraber, Türkiye bu alandaki başarısını tescillemiş oldu ve dünyanın gözleri Türkiye'ye kayd.

Hyper-casual oyun geliştiricisi çok uluslu firmalar, bünyelerine Türk iş geliştiricisi olarak, Türk oyun stüdyolarıyla çalışıp bu pazardan pay almak istiyor. Ancak rekabetin artması, oyun mekaniklerinin gelişmesi, prototip geliştirme sürelerinin uzaması, Apple IDFA gibi birçok konu, bu sektörde başarı bariyerini yükseltti.

2021 yılında; büyük stüdyoların kendi oyuncu ağlarını genişletmek için küçük stüdyoları satın alma trendinin daha da büyüyeceğini düşünüyorum. Aynı zamanda yayıncıların prototip bazlı anlaşmalarda daha dikkatli olacağını, bu yüzden de birçok ufak stüdyodaki çalışanların, hali hazırda başarılı bir oyunu olan stüdyolara geçiş yapacağı kanısındayım.

Hyper-casual trendi daha devam edecek ve Türk oyun stüdyoları başarılarını sürdürecektir. Fakat bu rekabetten yorulan stüdyolar ve soluklanmak isteyenler daha büyük yatırımlarla casual & mid-core dediğimiz, oyun oynama süresi uzun ve mekanik derinliği olan daha oturaklı oyun türlerine yönelecek.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



TANSU KENDİRLİ
OYUNDER
BAŞKANI

Son iki yılda kurulan ve sayıları 150'ye yaklaşan oyun girişimi ve yatırım almaya devam eden daha tecrübeli şirketler göz önüne alındığında, bundan sonraki dönemde de oyun sektörünün en gözde sektör olacağını ve bu trendin devam edeceğini rahatlıkla söyleyebiliriz.

Milyonlarca yeni oyuncu ve izleyici Steam, Mmobil platformlar YouTube, Twitch ve yeni oyun sektörü servislerinin kullanıcısı haline geldi. Bu durumun doğrudan karşılaşılan salgının sonucu olduğu elbette söylenebilir ancak bu oyunculardan önemli bir bölümünün artık (irreversible) yani döndürülemez biçimde oyuncu haline geleceği artık bir sır değil.

Oyun şirketlerinin 2020 yılına dair karlılıkları açıklandığında bunun çok daha net görüleceğini yaklaşık 2 ay içerisinde görmüş olacağız. Türkiye içinde veya dışında bu durum değişmeyecek. Bu durum oyun yayıncıları ve geliştiricilerinin yükselen gelirleri ile karları dışında espor sektörü içinde geçerli. 2020 yılında dünya genelinde espor sponsorluk anlaşmaları 584 milyon dolara ulaşırken, gelir getiren medya hakları ise 163 milyon dolara yükseldi.

Oyuncu yaşı demografisi dönüşüyor: (Statista tarafından yayınlanan araştırmada) Türkiye'de 18-64 yaş aralığında yapılan son araştırmada en çok oyun oynayan yaş grubu oranlarının şu şekilde sıralandığı görülüyor: yüzde 33.4 ile 25-34 yaş, yüzde 27.4 ile 35-44 yaş ve yüzde 24.7 ile 18-24 yaş. Özellikle 35-44 yaş grubunun oranının yükselmesi bu dönüşümün ileriye yönelik kalıcı etkilerinin bundan 5 yıl sonra artık 50 yaşına gelecek önemli bir oyuncu grubunun olacağını net bir biçimde ortaya koyuyor. Bu sürecin içerisinde yer alan insanlar olarak genç öğrencilerin yükselen ilgisinin de bu dönüşümü ve üretim, yatırım miktarını ve kalitesinin önümüzdeki birkaç yıllık süreçte de geri döndürülemez biçimde yükseleceğini söyleyebilirim. Oyunder'in dönemsel olarak gerçekleştirdiği ve Gaming in Turkey tarafından düzenli olarak yapılan bu tip araştırmaların ortaya koyduğu her yeni veri bunu destekliyor.

Bu alana ilgi duymaya başlayan yatırımcılara öncelikli tavsiyem oyun sektörünün temel çalışma prensiplerini ve iş süreçlerini anlamaya çalışmaları.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



ÇINAR ERGİN
AJANS BAŞKANI
ARİSTO İLETİŞİM

Markaların adaptasyon hızı farklılık gösterse de geçtiğimiz yıllarda dijitalleşme tüm dünyada artmaya devam ediyordu. 2020'de bir anda karşımıza çıkan pandemi süreci önce kısa bir süre kaos yaratsa da sonrasında dijitalleşmeyi hızlandırdı ve tüm sektörler dijitalleşmek zorunda kaldı. Oyun sektörü de bu dönemde daha da büyüdü. Kişilerin oyun oynama süreleri yüzde 30 civarında artarken, dünya genelindeki oyuncu sayısı 2,7 milyara kadar yükseldi. Pandemi öncesinde sektörün potansiyelini gören ve harekete geçen markalar avantajı eline geçirdi.

Diğer markalar da yeni keşfettikleri bu alanda kendi espor takımlarını kurmaya, oyun sektörüyle iş birlikleri kurgulamaya, kurum içinde turnuvalar düzenleyerek motivasyon artırıcı çalışmalar yapmaya başladı.

Markalar dijital dünyanın, geri dönüşü kolay ölçülebilir dünyasında daha fazla nasıl yer alabileceklerine odaklandı. Tüm markalar bir yandan rutin çalışmalarına devam ederken bir yandan da kendilerini yenileyerek pandemi dönemini daha güçlü atlattı. Bu zorlu dönem, iletişimcilerin de zorlu bir sınavdan geçmesine neden oldu.

Eski iletişim metotları yavaş yavaş etkisini yitirirken yeni nesil medya ve sosyal medya gazeteciliği daha da yükseldi. Hedef kitlede etki uyandıran iş birliklerinde dijital dünyaya hakim sektörler daha da önem kazandı.

Oyun sektörüyle yapılan iş birlikleri artık sadece keşfedenlerin değil, tüm markaların en etkili iletişim yöntemlerinden biri haline geldi. 2020 ve 2021'de markaların etkili projelere imza atmak için oyun sektörüyle iş birliği içinde olmasının ve projelerini bu alana kaydırmalarının zorunluluk olduğunu söylersek abartmış olmayız.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



HARUN ÇAY
OPERATION &
ESPORTS MANAGER
NFINITY GAMES

Öncelikle, Nfinity Games ailesi olarak 2021 yılının herkese sağlıklı bir yıl olmasını dileriz. 2020 yılı birçok zorluğu beraberinde getirmişti. Hayatımızı en çok etkileyen Covid-19 sürecinin Türkiye ve dünyadaki etkileri ve özellikle karantina dönemleri psikolojik olarak hepimize gerçekten zor bir sene yaşattı. Ancak bu zor zamanlarımızda en güzel destekçimiz yine oyun dünyası oldu. Bizler de Nfinity Games olarak 2020 yılının 2. çeyreğinden itibaren yaşanan bu olumsuz havayı oyuncularımızla çok daha yakın ilişkiler kurarak bir nebze kırdık. Hizmet sınırlarımızı 7/24'e çevirip bütün kanallarımız üzerinden oyuncularımıza destek olduk. Pandemi sürecinin başlarında Azerbaycan dil desteğini oyunumuza uygulayarak popüler ve kemikleşmiş oyunlar arasında Azerbaycan dilinde yerel oyun içi dil desteğini sağlayan ilk firma olduk. Türkiye'de geçtiğimiz yıllarda birçok şeye öncü olan şirketimiz, yine 2020 yılının başlarında oyun içi satın alım mantığına yepyeni bir soluk kazandırdı ve TAM Store adındaki uygulamamızı oyuncularımıza sundu. 2020 yılının son günlerine yaklaşırken arasında Azerbaycan dilinde yerel oyun içi dil desteğini sağlayan ilk firma olduk. Türkiye'de geçtiğimiz yıllarda birçok şeye öncü olan şirketimiz, yine 2020 yılının başlarında oyun içi satın alım mantığına yepyeni bir soluk kazandırdı ve TAM Store adındaki uygulamamızı oyuncularımıza sundu. 2020 yılının son günlerine yaklaşırken espore heyecanının tadını tattırmaya devam ettik. 2020 yılının yaşadığı zorluklar dünyada yeni bir düzen oluşturmaya başlarken oyun sektörünün de bu düzende çok önemli bir yere sahip olduğuna şahit oluyoruz. 2021 yılı içerisinde Nfinity Games olarak oyun dünyası ve oyuncularımıza daha gelişmiş deneyimler tattırmak adına tüm hızımızla çalışmalarımıza devam edeceğiz. Herkese güzel seneler dileriz.



ERAY UYGUN
SENIOR PUBLISHING
MANAGER
FUNPAC GAMES

Stüdyoların yatırımdan yatırıma koştuğu, yabancı yayıncıların Türkiye'yi bir yazılımcı kaynağı olarak kullandığı, yeni mezun gençlerin oyun sektörüne koşarak girdiği bir yılı geride bıraktık. Dünya'nın en çok indirilen oyunları sıralamasında bizden isimleri görmeye alışır hale geldik. Özellikle Hyper Casual türünde göz ardı edilemez bir konumda olduğumuzu artık herkes biliyor. Tüm bunlar Türkiye oyun sektörünü güzel bir geleceğe hazırlarken, diğer yandan da hala çok yolumuz olduğunu gösteren bir yıl da oldu 2020. Mobil Casual/Midcore kategorilerinde gelir olarak dünya sıralamasına giren oyunlarımızın sayısının azlığı, sektörde isim yapmış kişilerin daha iyi fırsatlar için yurt dışını tercih etmesi ve premium PC/Console oyun geliştiricilerinin hala gerekli yatırımları bulmak için aylarca uğraşması (ve çoğu zaman bulamaması), aslında düşünmemiz gereken daha çok nokta olduğunu da gösteriyor. Platform fark etmeksizin, geliştirme süreçleri en az 6 ay olan uzun soluklu projelerin hayata geçmesi veya buna imkan sağlayacak yatırımların yapılması, sadece sektörün olgunlaşmasına katkı sağlamayacak, ayrıca sektörümüzdeki büyük açıklardan olan Game Design, Level Design, Monetization, Live Operations gibi pozisyonların da zaman içerisinde dolmasını ve yaygınlaşmasını sağlayacaktır. 2021'in gölgede kalan eksik yönlerimizi gördüğümüz ve bunları geliştirmek için çaba sarf ettiğimiz bir yıl olması dileğiyle.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



CİHAN AĞAÇIŞI
OVERSEAS
PUBLISHING
DIRECTOR
WIZARD GAMES

Öncelikle 2020'yi sağ salim bitirebilmiş için hepimizi tebrik ediyorum. Başardık. Hayatımızın en garip günlerini geçirdiğimiz bu dönemde, oyun sektörü dahil birçok sektör köklü değişimlere uğradı. Pandemi sürecinde her kesimden oyunlara olan talebin artması ile birlikte, daha çok mobil platformlardan alışık olduğumuz online casual oyunlar tüm platformlarda ses getirmeye başladı. Düşük bütçeli oyunların devasa bütçeli oyunlardan daha büyük başarılar elde ettiği bir dönemden geçiyoruz. Bu durumun oyun sektörüne ne tür etkileri olacak ilerleyen süreçte hep beraber göreceğiz.

Bunun yanı sıra, global firmaların Türkiye'de yaptığı büyük satın almalar global çapta ilgileri Türkiye'ye çektiği gibi, Türk oyun yapımcılarına da motive kaynağı oluyor. Her geçen gün daha fazla dijital oyunlar ile ilgili yerel girişimler görüyoruz. Bu gerçekten yıllardır görmek istediğimiz, hepimiz için sevinç kaynağı olan bir durum. Kısa süre zarfında Türkiye'den daha fazla dünyada ses getirecek dijital oyun projeleri beklemek artık hayali bir yaklaşım değil. Wizard Games olarak her açıdan hızlıca büyüyen Türkiye oyun sektörünün bir parçası olmak adına, 2021 yılında biz de Türkiye'ye özel yatırımlarımızı hızlandırıyor olacağız.



BÜŞRA SU TÜREYYEN
MARKETING & TALENT
MANAGER
GAMING IN TURKEY

2020'de Riot ve birçok oyun firmasının yeni oyunlar çıkarması ile en çok gördüğümüz yükseliş yayıncılık ve youtuber sektörüne yaradı diye düşünüyorum. Özellikle farklı sektörler grubunda COVID-19 ile bir çok alan kapanmış ve daralmış olsa da oyun sektörü için gerçekten altın diyebileceğimiz bir yıl geçirdiğimizi söyleyebiliriz. 2020'de oyun sektöründe hem pandemi sebebiyle yeni kullanıcı sayısı arttı hem de güncel oyunlar ve bu tabii ki influencer marketing özelinde alternatif sayısı arttı. Yeni yetenekli isimler ve yayıncılar görüyor olmayı 2021'de de heyecanla bekliyor ve paralelinde kazandığı ivme ile artacağına inanıyoruz. 2020 yılında oyun sektöründe reklam çalışmaları başlatan markalar için gördüğümüz pazarlama faaliyetlerinin genelini şov tadında formatlara çevirdiğimizi de örnek gösterecek olursak, bu yıl içerisinde yeni çıkan Twitch ve YouTube dünyasındaki isimlerin profesyonel olarak yeni bir kariyer alanı ve iş kolu yarattığını da söyleyebiliriz.

2021'de influencer marketing dünyasındaki gelişmelerin aynı hızla ve solukta devam etmesini dilediğimiz bir yıla giriş yaptık ve gelişmeleri takip ediyoruz. Bir sonraki raporda görüşmek üzere.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



TUNGA SANALP
CEO & FOUNDER
JIB GAMES

Oyuna ilginin büyük satın almalar ve lockdown sebebiyle yaşadığı yükseliş 2020'de sektör için harikaydı. Ancak bir anda uzaktan çalışmaya geçilmesi ve sağlık tedbirleri sebebiyle de birçok oyunda gecikmeler ve ertelemeler oldu. Eğlencenin sokaktan evlere taşındığı, sinema ve tv içeriklerinin artık yetmediği bir dönem geçiriyoruz. Pandemi, oyunu eğlence sektöründen ihtiyaç sektörüne de kaydırmış oldu.

Jib Games olarak Türkiye Oyun Sektörü'nün en büyük sorunlardan birini nitelikli insan kaynakları olarak görüyoruz. Bu sebeple yeni mezun genç yetenekleri oyun geliştirmeye teşvik için Jib Akademi'yi de hayata geçirdik. 2021'de ise online eğitim videolarımıza ek olarak, eğitime fiziki olarak da geçmek istiyoruz. Daha çok kişiye erişebilmek için sadece bu konuda çalışan bir insan ilişkileri uzmanımız var.

2020'de aldığımız 2 çok değerli yatırım ve Jib Akademi sayesinde Polity daha da hızlanmış oldu. 2 yıldır üzerinde çalıştığımız Polity, içinde onlarca farklı oyun barındıracak bir çoklu kullanıcı platformu. Oyuncular kendi ülkelerini kurup yönetebiliyor ve onlarca meslekten birini seçebiliyor. Hatta oyunda olmadıklarında karakterleri kendileri oyuna devam ediyor. Ayrıca Polity'nin içinde ve barındırdığı teknolojiyi kullanarak önümüzdeki dönemde eğitim odaklı içerikler de sunuyor olacağız. Polity'i bu sene Steam'de ardından mobil platformlarda öncelikle Tier1 oyuncularla buluşturmayı hedefliyoruz.



UMUT ERSARAÇ
AMAZON WEB
SERVICES (AWS)
BÖLGE YÖNETİCİSİ

Türkiye'deki oyun sektöründe gerçekleşen büyüme ve devam eden inovasyon konusunda heyecanlıyız. 2020 yılı içerisinde öncü Türk oyun geliştiricilerinin çalışmalarının daha fazla satın alındığını gördük. Bu da yerel oyun sektörümüzün hızını vurgulamanın yanı sıra Türkiye'nin oyun geliştirme alanında mükemmellik merkezi olarak global önemini de ortaya koydu. Geliştiriciler, arka planda daha hızlı bir şekilde oyun geliştirmek, daha akıllı bir şekilde çalışma yapmak ve dünyanın dört bir yanındaki oyunculara yönelik sürükleyici deneyimler oluşturmak için AWS Game Tech kullanıyorlar. Bugün, binlerce oyun geliştiricisinin bulut teknolojisini bir sonraki nesil oyunları yaratmak ve kullanıma sunmak için kullandığını görüyoruz. Geleneksel, şirket içi çözümlerden kurtularak üretim süreçlerini buluta taşıyor, kullanıcı deneyimlerini daha iyi anlamak için veri ve analizleri kullanıyorlar. Açılıştan milyonlarca oyuncu için ölçeklendirilebilen, birbirine bağlı dünyalar kuruyor ve nerede, nasıl oynadıkları fark etmeksizin milisaniye seviyesinde düşük gecikmeli, çok oyunculu oturumları destekleyebiliyorlar. 2021 yılında mobil oyun geliştiriciler başarılı olmaya devam edecek, bunun yanında bir sonraki nesil donanım ve GPU'larla, PC ve oyun konsollarındaki yeni oyun projeleri canlanacak. Bu da büyük olasılıkla oyun geliştiricilerine ilgi gösteren hızlandırma programları, kuluçka merkezleri ve girişim şirketlerinin sayısında bir artış sağlayarak, startup ekosistemindeki oyun stüdyolarının sayısını da artıracak.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



CENK ÇELEBİOĞLU
FOUNDER
COMPOSER
25M2

2020 yılı malum sebeplerden ötürü çoğunlukla evlerimizde geçti. İşimizi, hayatımızı, her şeyi aynı çatı altında yönetmeye çalıştık. Bu da beraberinde pek çok inovatif yaklaşımı ve çözümü beraberinde getirdi. Her zaman dediğim gibi benim için inovasyonun tanımı; dar ve zor zamanlarda ortaya çıkan fikirlerin zaruri olarak somutlaşma sürecidir. Müzik, fikir (ajans), oyun gibi pek çok sektör hayatlarını sürdürülebilmek adına teknolojiye daha da çok yatırım yaptı. Örneğin bizler müzik üretimini online yapıya çevirdik. Aynı stüdyo ortamında buluşmak yerine kayıtları dijital ortamda gerçekleştirdik.

İşimizi teknoloji ile çözerken psikolojimizi korumak adına entertainment ihtiyaçlarımızı da dijital ortama taşıdık. Konserler, maç/oyun turnuvaları, arkadaşlarla sohbetleri, neredeyse her şeyi online ortama taşıdık. Bunun negatif taraflarını, zorluklarını hepimiz yaşadık, yaşıyoruz. Diğer taraftan zamanı daha dedike kullanmak, aynı anda yapılan iş sayısını artırmak, daha önemlisi efektif iş sonuçları üretmek gibi olumlu çıktılarını da oldu bana göre. Keşke bu olumlu keşifler için böyle bir pandemiye gerek olmasaydı tabii, umarım kısa zamanda hayatlarımız alıştığımız normale döner fakat o durumda bile oluşturduğumuz bu iş yapış, ve eğlenceyi tüketim modellerimizi değiştireceğimizi düşünmüyorum.

Tüm bu gelişmeler ışığında oyun sektörünün büyük kar elde ettiğini düşünüyorum. İnsanların evlerinde keyifli vakit geçirmelerini sağlayan sektörlerden biri olan oyun endüstrisi film endüstrisini geçmiş durumda. Pek çok prodüksiyon alanına göre, kapalı alanda ve online olarak üretim avantajına sahip olmasıyla oyun firmaları oyun üretimine tam gaz verdi. Bu da zaten fazla olan seçeneğimizi daha da artırdı. PS5 ve yeni Xbox serisi ile iyice hareketlenen oyun sektörü bana göre hem gaming tarafında hem espor tarafında dolu bir 2020 yılı geçirdi. Teknoloji sayesinde bir arada üretiyoruz ve tüketiyoruz... 2021'den beklentim ise, pandeminin bittiği, sağlıklı ortamda oyunlarımızı evlerimizde keyifle oynadığımız kadar kalabalık içinde çoğduğumuz espor turnuvalarında tekrar buluşmak. Herkese sağlıklı, güzel, bol oyuncu günler diliyorum!

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



METİN REDJEPE
DLIVE GLOBAL
TOPLULUK BAŞKANI
VE BÜYÜME
DİREKTÖRÜ

DLive olarak 2020 yılını planlarken hızlı bir büyümeye hazırдық, ancak pandemi ve karantina sürecinin başlaması bizi ve sektörümüzü bambaşka bir noktaya, çok büyük bir hızla getirdi. İnsanların evlerinde daha fazla vakit geçirmesi, yeni şeyler deneyimlemeleri konusunda önemli bir kırılıma yol açtı. Biz de bu süreci yakından takip ederek bu dünyaya ilk defa giren insanlara odaklandık ve mevcut oyun ve yayıncı yatırımlarımızın yanı sıra, sektörümüzle yeni tanışan insanlara yönelik içerikler oluşturduk. Karantina sürecinin ilk günlerinde 24 ünlü isim ve futbolcunun katıldığı büyük bir online futbol turnuvası ile iptal edilen avrupa kupalarının heyecanını yaşadık. Bununla başlayan karantina etkinliklerimiz daha önce hiç online oyun yayınları izlemeyen önemli bir kitleyi sektörümüzle tanıştırdı. Karantina sürecinin uzaması ve insanların dijital dünyaya daha hızlı entegre olmasıyla birlikte yalnızca içerik tüketen değil, içerik üreten insan sayısı da çok önemli ölçüde artış gösterdi. Karantina öncesi yalnızca bir kaç oyun ekseninde dönen online yayın sektörü, insanların oyun oynamaya daha fazla vakit ayırması ve yeni oyuncuların da katılımıyla çok daha fazla oyunun ilgi gördüğü bir alana evrildi. Oyun dışı yayınlar ve sektörel yayınlar da büyük bir büyüme grafiği çizdi. Bu gelişmeler pandemi süreci ile tetiklense de insanların kazandığı deneyimleri karantina sonrasında da sürdüreceğine, karantina sürecinin geçici bir hype yaratmadığına, yalnızca adaptasyonu hızlandırdığına inanıyoruz. Büyüme grafiğimizi 2021 yılında da hız kesmeden sürdürmeyi hedefliyoruz.



**ERCÜMENT SUBAŞI &
FERİDUN EMRE
DURSUN**
MADROOSTER GAME
AUDIO LAB
KURUCULARI

2020 yılı, pandeminin oyuncu kitlesini genişletmesi ile birlikte global oyun sektörünün şaha kalktığı yıl oldu. Türk oyun geliştiricileri de bu dalgayı yakaladılar ve dünya çapında büyük başarılar elde ettiler. MadRooster Game Audio Lab olarak biz de çok çalıştık ve bu başarılı projelerin bazılarında ses ve müziğimizle yer aldık. Rekabetin her geçen gün arttığı bu pazarda 2021'de kullanıcı gözünde ayrılmak daha zor bir hale gelecek. Bu sebeple oyun geliştirmenin önemli bir parçası olan ses tasarımı ve müzik prodüksiyonu, oyunların öne çıkmasını her zamankinden daha fazla etkileyecek. Birçok yeni global marka ortaya çıkardığımız bir yıl olacağından eminiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



ÖYKE CAN ASAAD
ESPORTS
MARKETING
EXECUTIVE
BENQ

Yeni Normal, Valorant ve Cyberpunk77. Eğer 2020 yılında espor ve oyun dünyasını konuşacak olursak en önemli üç anahtar kelime olarak gösterilebilirler. Karantina sürecinde dışarıda geçirdiğimiz zaman azalırken, evde oyun oynarken geçirdiğimiz zaman kimi için az, kimi için çok önemli oranda artış gösterdi.

Geçtiğimiz 10 yıl içerisinde oyun sektörü ve espor için dijital platformlarda gerçekleştirilen pazarlama aksiyonları, etkinlikler ve üretilen içerikler çok büyük bir dayanak oldu sektör için. Bu gerçekten yola çıkarak, pandemi şartlarında oyun sektörünün dijitalle geçişte çok hızlı bir adaptasyon gösterdiğini söyleyebiliriz.

Espor kısmında ise Valorant sektöre çok dikkat çekici bir giriş gerçekleştirdi. Seneyi en popüler espor oyunlardan biri olarak bitirdi, hatta kimine göre en popülerleri olarak. Tabii burada Riot Games'in League of Legends serüveninden edindiği bir yerelleştirme ve organizasyon refleksinin çok büyük bir etkisi olduğunu düşünüyorum.

Cyberpunk77'nin bekleyenler için beklentilerin altında kaldığını izledik. Fakat bunun nedeninin oyunun daha hazır olmadan çok fazla hatayla piyasaya sunulması mı, oyuna yayınlanmadan önce gösterilen büyük ilgi ve beklenti mi, yoksa ikisinin birden mi olduğunu söylemek zor. Öte yandan AC Valhalla bu hype sürecinde sessiz ve ölümcül bir şekilde evlerimize girdi. Oyun severler başta Assassin ve Viking kelimelerini birbiri ile tam olarak bağdaştıramasa da, sonuçta oyun bu sentezi başarılı bir şekilde yaptı ve piyasaya sunulduktan sonra olumlu eleştiriler kazandı.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



ALİ BARUTÇUOĞLU
LOCPICK
CO-FOUNDER
& CEO

2020 yılında oyun sektörü hızla büyürken, Türkiye oyun pazarına ilginin de daha önce görülmemiş bir ivmeyle arttığına şahit olduk. LoCPick olarak oyun yerelleştirme işlerimizin bu sene içinde katlanarak artması ve her zamankinden fazla sayıda firmanın yeni oyunlarını oyunculara Türkçe yerelleştirme ile sunabilmek için bizimle irtibata geçmesi bizim için bunun en büyük kanıtlarından biri oldu.

Bu yıl da League of Legends, Fortnite, Valorant gibi hem oynaması ücretsiz hem de Türkçe yerelleştirmeye sahip rekabetçi oyunların Türkiye’de en çok rağbet gören oyunlar olduğunu gördük. Ancak Game Pass ve GeForce Now gibi atılımların, ülkemizdeki oyuncuların daha farklı oyunları deneyimleyebilmesinin önündeki iki bariyeri (donanım ve fiyatlandırma) zaman içinde kaldıracığını düşünüyorum. Üçüncü bariyer olan dil bariyeri ise her gün daha çok firmanın Türkçe yerelleştirmeye yönelmesiyle kalkmaya devam ediyor.

Öte yandan 2020, yerli oyun geliştiricilerimizin de hızla yol kat etmeye devam ettikleri bir yıl oldu. Hyper-casual alanında ülkemizin başarıları zaten ortada. Benzer başarıları pc ve konsol oyun geliştiricilerinde de göttükçe daha sık görmeyi umuyoruz.

Bu amaçla LoCPick olarak yerli ve bağımsız oyun geliştirme ekipleriyle sürekli temas halindeyiz ve onlara elimizden geldiğince destek sunmaya çalışıyoruz. 2021 yılında bağımsız oyun geliştiricilerimizin dünyaya açılabilmeleri için, biriktirdiğimiz know-how ve kaynaklarımızı onlarla paylaşmaya devam edeceğiz.

Ülkemizden çıkan oyunların metin yazımından seslendirmelere, sanat tasarımından orijinal müzik üretimine her alanda daha yüksek prodüksiyon değerlerine sahip olması için bu alanlarda geliştiricilerimize 2021’de her zamankinden de çok destek sunmayı hedefliyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



ULUÇ ALİ KIRANGİL
HEAD OF
GAMING IN TURKEY

Türkiye oyun sektörü 2019'da olduğu gibi 2020'de de normal bir beklenti ile büyüme gösterecekti. Fakat planlanmayan şey pandemi oldu. Süreç sektörü hem ciro anlamında hem de oyuncu anlamında normal büyüme sürecinden çıkarmış oldu. Bu noktada online oyun ekosistemi artarken offline tarafta birçok yerin kapanmasıyla organizasyonlar, kafeler bu süreçten oldukça yara alarak çıktı. Bu nedenle de oyun sektörü kendine yeni dijital kanallar icat etmek zorunda kaldı. Gaming in Turkey olarak senelerdir markalara, oyun sektöründeki kitlenin aslında birçok mecradan ulaşmak istedikleri kitle olduğunu anlatmaya çalışıyorduk. 2020'de markaların bunu fark ettiğini ve pazarlama yatırımlarını outdoordan dijital oyunlara kaydirdiğini gördük. 2021'de bunun artarak devam edeceğini söylemek yanlış olmaz.

Global ve Türkiye, sektörel olarak büyümesine devam edecek. Bu büyüme, reklam harcamalarının da artık değişime ihtiyacı olduğunu gösteriyor. Klasik mecralardan dijital geçiş gibi, dijitalin de bir bölümünün oyunlara kayması şart. Klasik reklam ajanlarının dahi oyun sektörünü kavrayamadığı bir dönemde, markaların gecikmesi normal ama sektörde marka ile oyuncu buluşmalarını sağlayan firmalar mevcut. Artık markaların konfor alanlarını terk etme vakti geldi.

Önümüzdeki yıllarda, özellikle internet hızlarının da artmasıyla daha farklı şekillerde oyunlara erişimimizin olacağı aşikâr ama sektörün 2021'de artan oyuncu sayısına daha fazla oyun sunulacağından platformlar üzerinde değil, yine oyunlar üzerinde devam edeceğini düşünüyorum. Türkiye bu noktada, hala Avrupa ortalamasının üzerindeki genç nüfusu, hem Orta Doğu hem Avrupa'nın geçiş güzergahı olması hem de Türki Cumhuriyetler'deki etkisi ile oyun firmalarının hareket noktası olacaktır.

Gaming in Turkey'in 5 sene önce ufak bir odada başlayan macerası, 2021'de 3 kıtaya yayılan operasyonları ile oyun sektöründeki köklerini sağlamlaştıracak, farklı oyuncularla oyunları buluşturmaya devam edeceğiz. Orta Doğu'da atacağımız adımlar 2020'de gecikmeye uğrasa da, 2021 bu gecikmeyi ortadan kaldıracak gibi gözüküyor. Özellikle Avrupa'nın bazı çekim alanları ajansın da radarına girmiş durumda. Gaming in Turkey olarak yakaladığımız fırsatları iyi değerlendiren bir ekibe sahibiz, 2021'de de bu güçlü ekibe yeni arkadaşlar katarak genişlemeye devam edeceğiz. 2021 herkese umarım hem sağlık hem de başarı getiren bir yıl olur.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



**FARUK FURKAN
AKINCI**
FIBER GAMES
KURUCU ORTAĞI

2020 Türkiye oyun sektörünün uçuşa geçtiği bir yıldır. Özellikle mobil oyun üretimi ve yayıncılığında elde edilen başarılar ve satışlar, yatırımcıların ve bürokrasinin tüm dikkatini oyun sektöründe topladı. Bu durumun sürdürülebilir bir endüstriye dönüştüğünü söylemek henüz güç ancak çok kritik bir eşiğin atlatıldığını düşünüyorum: Artık oyun sektörünün ülkemizde de sosyo-ekonomik bir karşılığı var.

Sektörümüzü bu noktadan itibaren fikri mülk (intellectual property) üretiminin daha çok değer gördüğü çok katmanlı bir endüstriye döndürmek bizim elimizde. Öte yandan hyper-casual iş modelinin ülkemizin üretim ekosistemine çok iyi bir geçiş sağladığını düşünüyorum. Birçok genç girişimci için sektöre harika bir başlangıç noktası sağladı.

2021'de de mobil oyun üretimi artarak devam edecek ancak yenilikçi stüdyolar kalabalığının arasında daha görünür olacak. Hyper-casual, casual ya da mid-core fark etmeksizin oyuncuların gözünde görünür oyunlar yapmak her geçen daha da zor hale geliyor. Günde uygulama dükkanlarına yüklenen içerik sayısı sürekli artıyor. Bu nedenle özellikle ana oyun mekanik fikirlerini üreten tasarımcılar, seviye tasarımcıları, sanat tasarımcıları oyun üretiminde öne çıkan departmanlar olacaklar. Nihayetinde oyuncuyu oyuna çekmeyi başarmanız ve sonrasında canlı operasyona geçip onu oyun içinde tutmanız eskiye göre daha zor olacak. Birbirleriyle uyumlu çalışan ekipler, yaratıcı ve fikirsel süreçlerini uygulamaya net aktarabilen stüdyolar başarıyı yakalayacaklardır diye düşünüyorum.

Hem yerli, hem de yabancı yatırımcılar açısından da ülkemiz çok önemli fırsatlar sunuyor. İşte onlar için pandemiden, krizden etkilenmeyen taş gibi bir sektörün kapısı açıldı. Bugüne kadar sektöre şüpheli yaklaştığını bildiğimiz birçok kişi ya da kurum için yaratıcı içerik sektörlerinin dayanıklılığı ve sürdürülebilirliği bu pandemi ortamında bir kez daha kanıtlanmış oldu. Stüdyosuyla organik bağ kurabilen her yatırımcı kazançlı çıkacaktır.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



SİNAN AKKOL
FIBER GAMES
KURUCU ORTAĞI

2020 yılında dünya daha önce görmediği şeylere tanık oldu... Unutulmaz bilim kurgu oyunu Deus Ex'ten fırlamış distopik bir geleceğin ilk yılında bulduk kendimiz insanoğlu olarak, topluca. Kendini birden alıştığı sosyal hayattan mahrum bulan insanlar için, yaşanan sürecin stresini unutmayı sağlayacak yegane uğraşı olarak oyunların ön plana çıkması ise çok doğaldı. Kimimiz karmaşık sanal gerçeklik dünyalarında, kimimiz oynaması basit ama rahatlatıcı hyper-casual oyunlarda kendimizi iyi hissetmenin yolunu bulduk.

Haliyle 2020 Türkiye oyun sektörü için de olumlu geçti. Türkiye'nin ilk unicorn'unun bir oyun firması olması (Peak), çok kısa sürede çok iyi değerlemelere ulaşarak hisse satışı gerçekleştiren genç firmalar (Rollic) ve AAA oyunlarla yarışacak düzeyde bir topluluk ve satış desteği bulan bir PC oyunu (Mount & Blade Bannerlord) ülkemizdeki durağan ekonomiden sıkılan gözlerin oyun sektörüne yönelmesine sebep oldu. Hyper-casual oyunlarda ülkemizin hem üretim hızı ve kalitesi, hem de döviz girdisi oluşturma bakımından dünya liderliğine oynamaya başladı. 2020'deki bu gelişmeler, ülkemizden kısa ve orta vadede çıkacak yeni oyun sektörü başarı hikayelerinin tohumlarının atılmasına ve hızlanmasına yol açacak gelişmelerdi.

2021 yılında Türk oyun sektörünün ivme kesmeden büyüyeceğine inanıyorum. 2020'deki gibi büyük finansal rakamlardan konuşmuyor olacağız belki ama ufak ve orta ölçekli firma satın almaları, birleşmeler ve yeni başarı hikayelerini sıklıkla duyacağız ve bu, Türk oyun sektörünün büyüme hikayesinin sadece başlangıcı olacak! Şu an sektörde yaşamakta olduğumuz tecrübeli eleman eksikliği hem üniversiteler, hem de kendini geliştiren gençler sayesinde giderildikçe, yeni girişimler ne istediğini bilen yatırımcılarla buluştukça giderek büyüyen oyun sektörümüz, Türkiye'nin bugüne kadar sessizce dillendirdiğimiz gibi, en önemli ekonomik güçlerinden birisi olma yolunda hızla yol alacak.

Zor bir yıl geçirdik, biliyorum. Ancak çalışkan, azimli ve genç Türk oyun sektörü için daha yolun başındayız ve önümüzdeki yol çok parlak.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BURAK AKAR
DIRECTOR OF
OPERATIONS - CCM
TELEPERFORMANCE

2020 yılında hayatımızı her yönüyle etkileyen pandemi, oyun sektörünün de hem olumlu hem de olumsuz etkilenmesine yol açtı. Kısıtlamalar ve sosyal mesafe kuralları sebebiyle büyük yapımların çoğunun ertelenmesi gündeme geldi, kimi oyunlar da tamamlanmamış halde yayınlandı. Evde kaldığımız bu günlerde eski yapım oyunlara ve online oyunlara olan ilginin arttığına şahit olduk. Benim gibi daha önce çok vakit ayıramamış oyuncular eski oyunları deneyimleme fırsatını yakaladı. Online oyun tarafındaki ilginin artışı ise online oyun sektörünün daha da büyümesine ve gelişmesine olanak sağladı.

Deneyimlerin artmasıyla birlikte tüm dünyada oyuncu destek taleplerinde artışlar gözlemlendi. Kimi oyun firmaları destek saatlerini uzatmayı seçerken kimi ise maliyetleri dengelemek adına geri dönüş sürelerinde değişikliğe gitti. Teleperformance olarak tüm bu değişimleri yakından takip edip, Türkiye'deki ciddi talep artışlarını da göz önünde tutarak oyuncu destek kadrolarımızı genişlettik. Pandeminin ilk gününden beri hem çalışanlarımızın ve ailelerinin sağlığını ön planda tutarken hem de markalarımızın iş sürekliliklerini sağladık. Kurduğumuz evden çalışma modeli, oyuncu destek ekiplerimizin motivasyonunu artırmanın yanı sıra verimliliğimizi maksimum seviyede tutmamıza katkıda bulundu.

2021'de pandeminin etkisini yitirmesini, yeni normalimizde oyun sektörünün edindiği öğretilerle daha başarılı olup büyüme kaydetmesini bekliyoruz. Diğer yandan da iptal olan veya online olarak gerçekleşen tüm büyük organizasyonların tekrar hayatımıza girmesini umut ediyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



BATUHAN ÖZMEN
HEAD OF
COMMUNITY &
INTERNAL
OPERATIONS
GAMING IN TURKEY

Geçtiğimiz 2020 yılı sektör bağımsız olarak baktığımızda, tüm dünyayı derinden etkileyen, ön görülemeyen ve kayıpların yaşandığı bir yıl oldu. 2020 yılında oyunlar, neredeyse her kuşaktan insana hitap etmeye ve geçtiğimiz senelere göre insanların daha çok vakit geçirdiği bir alan olmayı başardı. Oyunda kalma süreleri, oyun içi harcamalar ve tabii ki genel olarak tüm oyun sektörü 2020'nin yükselen değerleri arasında yerini almayı başardı.

Geçilen senenin şartlarına bakıldığında sosyal medya kullanımının artışı da gözle görülen değerler arasında. İnsanlar evde buldukları zaman boyunca, sosyal medya kanallarını daha da sık ziyaret ettiler, içerik ürettiler ve birbirleriyle etkileşimi üst seviyelere çıkartmayı başardılar. Dünyanın yükselen trendi espor da 2020 yılı itibarıyla çok daha fazla adından söz ettirdi. Markaların, şirketlerin ve büyük organizasyonların içerisine kendini dahil etmeye başladıkları bir ekosistem haline geldi. Pandemi sebebiyle gerçekleştirilemeyen offline organizasyonlar online ortama taşındı. Markalar, sene içerisinde daha da fazla oyun oynamaya başlayan oyuncularla etkileşimini arttırmak için online turnuvalar ve etkinlikler düzenledi. Kimi kurumsal firmalar da kendi personellerinin motivasyonunu sağlayabilmek adına şirket içi ya da şirketler arası online turnuvalar ve etkinlikler düzenledi.

Oyun sektörünün yıllardır süre gelen önlenemez yükselişi, 2020 yılından itibaren daha da fazla ivmelenerek bizleri yeni ufuklara doğru taşıyacak gibi gözüküyor. Oyun sektörü yapımcılar, yayıncılar, reklam verenler ve markalarla dünyanın en büyük ekosistemlerinden biri olmaya aday.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



GÖKÇEN ORHAN
BUSINESS
DEVELOPMENT
MANAGER
NEST DİL
HİZMETLERİ

Dünya genelinde mobil ve masaüstü cihazlara erişimin artması, pandemi etkisiyle birleşerek 2020 yılında oyun sektöründe inanılmaz büyüklükte bir ivmelenmeye neden oldu. Ülkemiz de hızla büyüyen bu sektör için yoğun nüfusuyla bölgede her geçen gün daha da önemli bir pazar haline geliyor.

Nest Dil Hizmetleri olarak, 2016'dan bu yana oyun sektörü için 11 farklı dilde çeviri, yerelleştirme, metin yazarlığı ve kalite kontrol süreçleri yürüterek yaşanan bu büyümeyi birinci elden deneyimleme fırsatı bulduk. Dünya'da ve Türkiye'de uygulama mağazalarında en çok indirilenler arasına girmeyi başaran oyunlar dahil olmak üzere çok sayıda oyunun yerelleştirme sürecini yürüttük ve yurt dışında yapılan oyunları milyonlarca Türk oyuncu ile buluştururken, Türk yapımı oyunların da ABD, Avrupa, Uzakdoğu ve MENA bölgesinde farklı ülkelerden oyuncularla buluşmasına katkıda bulunduk.

Oyun firmalarının yanı sıra, oyun sektöründe varlığını giderek artıran dünya devlerinin oyun platform projelerinde de yer alarak, oyun odaklı içerik üretimi ve dağıtımı noktasında Türk oyun topluluğunun dil bariyerini aşmasına yardımcı olmayı misyon edindik. Bu doğrultuda, 11 farklı dilde oyun yerelleştirme uzmanlığına sahip toplam 20 kişilik çevirmen, kalite kontrol ve masaüstü yayıncılık uzmanından oluşan, sadece oyun sektörüne yönelik bir ekip oluşturduk. Oyunlara kendi dilinde erişmenin, özellikle son birkaç yılda oyuncular için gereklilik olmaktan çıkıp bir ön koşula dönüştüğünü gözlemliyoruz ve bu anlamda 2021 ve sonrası için; pazarını genişletmek ve ürününü büyütme isteyen tüm yapımcıların ve ekosistem paydaşlarının hedef pazarları ve kültürlerini kavrayan, ciddi yerelleştirme süreçleri yürütmesinin atılacak en önemli adımlardan biri olduğuna inanıyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



ENİS SARGIN
MARKETING &
BUSINESS DEV.
MANAGER
GAMING IN TURKEY

2020 yılı pandeminin etkisiyle, daha fazla oyun alabilecekleri bir cep harçlığı bıraktı oyunculara. Ayrıca bütün sene boyunca "eğlence" kategorisinde rakipsiz kalan oyun sektörü, birçok yeni oyuncu kazandı. Hem kolay erişilebilirlik hem de oyun sektörüne giriş için "demo" niteliğinde olan ücretsiz oyunlarla ilk oyuncu kimliklerini kazandı insanlar. Ama pandeminin bir diğer etkisi de aslında cep harçlığının yanı sıra, zaman oldu. Kimileri için eğlence denildiğinde belki de 3. veya 4. sıraya koydukları oyun oynama aktivitesi, insanlar için ilk sıraya yükseldi. Çünkü zaman harcanabilecek alanlar ve sundukları deneyimler elde kalan boş zamanı dolduramadı. Bu süreç geçtiğinde ise kitleye yeni katılan insanlar oyuncu kimliklerini kaybetmeyecekler, çünkü birçok insan oyunların farklı bir deneyim sunduğunu fark etti. Eğlence kategorisindeki birçok aktivite, sadece sunulan içeriği deneyimleme üzerine kuruluyken, oyunlar aktiviteye katılanlar için kendi deneyim alanını oluşturmalarına izin veriyor. Bu sayede aradığı eğlence deneyimi için doğru oyunu bulan insanların asla vazgeçmeyecekleri bir kimlik kazanmalarını sağlıyor.

Pandemi etkisi sektörün arka planında birçok şirketi farklı stratejiler ve yeni çalışma modelleri denemeye itti. Sektörün en büyük ürünü olan oyunlar hali hazırda dijital bir ürün olunca, dijital dünyaya olan alışkanlıklar kolayca ofis dışında da sürdürülebildi. Bu süreçleri başarıyla atlatanlar için iş verimliliği artarken, sonuçları başarılı veya başarısız da olsa projelerin hayata geçebilmesini sağladı. Göze en çok çarpan başlıklar ise; Valorant, Cyberpunk 2077, PS5, Xbox Series X, Nvidia GeForce Now, Xbox Game Pass ve Epic Games ücretsiz oyunları. Önümüzdeki yıllarda çalışma modellerinin değişmeye devam edeceğini ön görmek büyük bir kehanet olmayacaktır. Ancak yüz yılların kalıntılarını arkasında taşıyan ve oldukça yavaş evrimleşen globaldeki devlet yapıları, birçok ülkede bu süreçleri hukuksal olarak da destekleyecek hale gelmesi en büyük temennim olacak. Oyun sektörü büyüdükçe, Avrupa ve Amerika'da başlayan yenilikler ve bakış açıları tüm dünyaya yayılacaktır.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2020



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

Maalesef tüm dünyada olduğu gibi Türkiye de son 1 senedir ağır bir pandemi süreciyle baş başa. Sokağa çıkma yasakları ve alınan çeşitli önlemlerle ile beraber fuarlar, organizasyonlar teker teker ertelendi ve fuarcılık sektörü hiç beklemediği kadar sakin bir yıl geçirdi. 2020'de sadece oyun sektöründe değil tüm sektörlerdeki buluşmalar, organizasyonlar ertelendi.

Bu noktada, biz de tam 40 senedir hiç ara vermeden düzenlediğimiz teknoloji fuarlarımızdan, Türkiye'nin en büyük ve en çok ziyaretçi çeken GAMEX 2020 Uluslararası Dijital Oyun ve Eğlence Fuarımızı Eylül 2021'e ertelemek zorunda kaldık.

2020 yılında Dijital Oyun Sektörü her ne kadar büyümüş olsa da sektörün destekçileri ve iş ortakları büyümeye olan katkılarını aynı oranda gösteremedi. 2021'den beklentiler tabii ki sağlıklı ve huzurlu bir yıl bulabilmek öncelikli. Ülkemiz, geçtiğimiz sene ortaya çıkan bu virüsle savaşıyor ve bu süreci olabildiğince az hasarla atlarmaya çalışıyor.

Bizler de iş ortaklarımız ve güçlü sponsorlarımızla şimdiden hazırlıklara ve çalışmalara başladık; 2021'in sağlıklı günlerinde GAMEX'i ve oyun sektörünü yeniden Türk oyuncusu ve geniş kitlelerle buluşturacağız, eğlenenin, oyunun ve keyifli şovların tadına birlikte varacağız. Sektörümüzün büyümesine olan katkımızı geçmiş yıllarda olduğu gibi bundan sonra da sürdüreceğiz.

Artan
yatırımımızla
10 yıldır
sektörün ve
oyuncunun yanındayız.



TADINI ÇIKAR™

COCA-COLA



Coca-Cola'nin 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 bölge iş birimi altında yönetiliyor. Türkiye operasyonu, çalışan sayısı ve pazar büyüklüğü bakımından bölgenin en büyük operasyonu olarak öne çıkıyor.

Türkiye'deki ürün portföyümüzde yer alan markalar

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

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



coca-cola.com.tr



twitter.com/CocaColaTürkiye



facebook.com/cocacolatürkiye



instagram.com/cocacolatürkiye/



GAME GARAJ

OYUN YENİDEN BAŞLIYORI!



GAME GARAJ



Game Garaj, Türkiye'nin en büyük Masaüstü Bilgisayar-Oem ürünleri dağıtıcı firmalarından Eksa Elektronik Bilgi İşl. A.Ş. grup firması olarak kuruldu.

Eksa'nın 19 yıllık tecrübe ve birikiminden faydalanan Game Garaj'ın misyonu müşteri memnuniyetini ön planda tutarak her bireyin özel istek ve ihtiyaçlarına göre kaliteli, yüksek performanslı ve erişilebilir oyuncu bilgisayarı, aksesuarları ve ultra hızlı iş istasyonu çözümleri sunmaktır.

Müşterilerimizin ürünlerimizi satın alırken, kullanırken, herhangi bir sorun yaşadıklarında en iyi hizmeti almasını hedefliyoruz. En iyi deneyimleme olanağı sunmak için 2020 yılı sonunda ilk Showroom'umuzu İstanbul'da açtık. Pazartesi-Cumartesi günleri sabah 09:00'dan gece 24:00 e kadar müşterilerimizle iletişimi arttırmak için web sitemizden canlı sohbet başlattık. Ürün ailemizi her geçen gün arttırmaya devam ediyoruz. Oyuncu bilgisayarı, bileşenler, ve ekipmanlarımızın %70'e yakını kendi ya da grup firmamızın ithal ettiği ürünlerden oluşuyor.

2020 yılında oyuncular tarafından en çok ilgi gören oyuncu donanımlarını dünya ile aynı anda Türkiye'de satışa sunduk. RTX 30 serisi ekran kartlarının lansmanında %50'nin üzerinde bir pazar payı elde ettik.

Misyonumuz

- Tartışılmaz müşteri memnuniyeti
- Kesintisiz ve hızlı iletişim
- Genişletilmiş ürün ailesi
- Rekabetçi ve fiyat/performans oyuncu bilgisayarları ve donanımları



gamegaraj.com/



facebook.com/gamegarajcom/



instagram.com/gamegarajcom/

cv'ler yanlıtır

MÜLAKAT CEPTE



Jobuum geleneksel CV gönderim ve iş başvuru süreçlerinde süreç inovasyonu sağlamak amacıyla 2020 yılında kuruldu.

Akıllı eşleşme ile online tek yönlü videolu mülakata olanak sağlayan uygulama, işe en uygun adayı eşleştirip, zaman ve maliyet kaybının önüne geçiyor. İnsan kaynakları birimi ilan verip sonra mülakatları izleyip kararını hızlıca verebiliyor. Tek bir adımda işe alacağı adayı belirleyebiliyor. Puanlama sistemiyle de potansiyeli olan adayların mülakatlarını QR kodla izleyebilecekleri şekilde dosyalayabiliyor. Jobuum, insan kaynakları birimlerinin yoğun görüşme ve mülakat süreçlerini azaltıyor. Hem zaman hem de maliyet avantajı sağlıyor. İnsan kaynakları böylece diğer iş süreçlerine daha fazla vakit ayırabiliyorlar.

Adayların gözünden baktığımızda ise **Jobuum**'la adaylar, kendini işverene daha kolay ve hızlı gösterebiliyor. Jobuum adaylara içindeki potansiyeli, enerjiyi doğrudan açığa çıkarma ve gösterme fırsatı veriyor.

Uygulama aynı zamanda kişilerin beğendikleri, çalışmak istedikleri firmayı takip etme olanağı da sunuyor. Firmaların insan kaynakları departmanlarına da sosyal kariyer platformu sayesinde, İşveren Markası algılarını yönetmelerine de destek oluyoruz.



logitech G

ŞAMPİYONLARIN TERCİHİ

G513



G502



PRO X



PLAY ADVANCED

LOGITECH

logitech

1981 yılında İsviçre’de kurulan **Logitech**, insanları dijital dünyaya bağlayan yenilikçi ürünler tasarlayıp üreten, alanında dünya lideri olan bir teknoloji firması. 40 yıldır bu yolda emin adımlarla yürüyen Logitech, bugün insanların gündelik hayatlarında yer alan mouse, klavye, webcam, hoparlör gibi üretiminde dünya lideri olduğu ürünleri tasarlayarak onları dijital dünyaya bağlıyor. Bilgi işlem, iletişim ve eğlence platformlarını kapsayan bir hizmet alanına sahip Logitech’in donanım ve yazılım ürünleri; dijital navigasyon, müzik dinleme, video izleme, oyun, sosyal ağ oluşturma, internet üzerinden görüntülü ve sesli görüşme, video güvenliği ve ev eğlence kontrolü gibi deneyimleri yaşamaya imkân tanıyor.

Yenilik ve kalite üzerine odaklanan Logitech, kullanıcıların dijital dünyada daha iyi bir deneyim yaşamalarına yardımcı olmak üzere kişisel çevre birimi cihazları tasarlıyor. İşe mouse tasarlayarak başlayan Logitech, kişisel bilgisayarla etkileşim halinde çalışmayı kolaylaştırarak, dünyada en çok mouse satan marka haline geldi. Uzman olduğu oyuncu ekipmanlarını Logitech G markası altında toplayan şirket, daha sonra satın aldığı Ultimate Ears, Jaybird, Astro ve Blue Microphones şirketleriyle birlikte ürün ailesini genişletti.

Uzmanlığını başka ürün tasarımlarına da yayan Logitech, bilgisayar, oyun konsolu, dijital müzik ve ev eğlence sistemleri arasında aracılık yapan zengin bir çevre birimi ailesi geliştirdi. Logitech’in kişisel çevre birimleri arasında mouse, trackball, klavye, webcam, hoparlör, kulaklık, mikrofon, interaktif oyun cihazları, network müzik sistemleri, video konferans ve video güvenlik çözümleri ile gelişmiş uzaktan kumandalar bulunuyor. Kablosuz çevrebirimler alanında pazar lideri olan Logitech; PC’ler, oyun konsolları, portatif müzik çalarlar, tabletler ve akıllı telefonlar için kablosuz ürünler sunuyor. Hibrit çalışma kültürünün hızla geliştiği ve iş yapış şekillerinin değiştiği günümüzde kurumların iş süreçleri ve çalışan verimliliğine yönelik ihtiyaçları da artarken, Logitech mesafeleri ortadan kaldıran ve hızlı veri akışını sağlayan, yüksek performanslı, kurulumu ve kullanılışı pratik video konferans sistemleriyle bu alanda da fark yaratıyor.

Logitech önde gelen bilgisayar ve tablet üreticileriyle stratejik ortaklıklar yürüterek, sunduğu ürünlerde önemli ve gerekli teknolojiler ve yenilikçi endüstriyel tasarımını, mükemmel bir değer yaklaşımlıyla bir araya getiriyor. 7.000’in üzerindeki yenilikçi çalışandan oluşan ailesi, Kuzey Amerika, Avrupa ve Asya Pasifik’te belli başlı şehirlerde bulunan satış ofisleri ve dünya genelinde 100’den fazla ülkeyi kapsayan dağıtım ağıyla Logitech sektöre yön veren şirketler arasında yer alıyor.



logitechg.com/tr-tr



facebook.com/LogitechG.TR



instagram.com/logitechg/

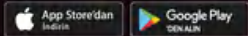
Maximum Gaming Kart'ını oluştur ve hemen kullan, %5 GamingPuan kazan!

BANKA MÜŞTERİSİ
OLMASAN DA
ALABİLİRSİN

Maximum Mobil'den şimdi Maximum Gaming Kart'a başvur, kartın teslim edilmesini beklemeden dijital kartını anında al ve kullanmaya başla. Yüklediğin kadar harca, tüm alışverişlerinden %5 GamingPuan kazan. Üstelik kart ücreti de yok!



HEMEN İNDİR



**MAXIMUM
MOBİL**

Türkiye İş Bankası hizmetidir.

Ayrıntılı bilgi: maximum.com.tr

%5 GamingPuan kampanyası 31.06.2021 tarihine kadar geçerlidir. Kampanyaya yalnızca Maximum Gaming Kartlar ile seçili e-ticaret sitelerinden yapılan alışverişler dahildir. Türkiye İş Bankası A.Ş. tarafından yalnızca ödeme işlemine aracılık edilmektedir. Türkiye İş Bankası kampanya koşullarında değişiklik yapma ve/veya kampanyayı iptal etme hakkını saklı tutar. Ayrıntılı bilgi ve ek koşullar: Maximum Mobil ve maximum.com.tr

MAXIMUM GAMING



Esporda **İş Bankası** ve **Maximum Gaming** Markasının Yeri: Dijital bankacılığın Türkiye’de gelişmesine ve yaygınlaşmasına öncülük eden Türkiye İş Bankası, dijital dönüşüm faaliyetlerinin altında ele aldığı espor alanına 2017 yılından beri kesintisiz olarak yatırım yapmaktadır. Esporu, dijitalleşmenin hayatımıza getirdiği en dikkat çeken yeniliklerden birisi olarak görmekte, teknoloji ve inovatif düşüncenin etkili olduğu bir nevi dijital eğlence ve içerik olarak tanımlamaktadır.

İş Bankası, espor alanındaki yatırımlarına League of Legends Türkiye Şampiyonluk Ligi’nde mücadele eden Beşiktaş, 1907 Fenerbahçe Derneği ve Galatasaray takımlarına Maximum Kart markası altında sponsorluk desteği ile başlamıştır. 2021 yılında, söz konusu ulusal spor kulüplerinin Valorant, FIFA, PUBG, APEX, NBA2K gibi oyunlarına ait espor takımlarına da sponsor olarak desteğini genişletmiştir.

Espor alanında verdiği destek, 2017 ve 2019 League of Legends oyunu Türkiye Şampiyonluk Ligi Büyük Final etkinlikleri, 2017 GameX, 2019 TESFED (Türkiye E-spor Federasyonu) Vodafone FreeZone Türkiye Kupası final etkinliği, 2020 Gaming İstanbul Oyun Fuarı sponsorlukları ve 2020 League of Legends oyunu Türkiye Vodafone FreeZone Şampiyonluk Ligi ödeme sistemleri sponsorluğu ile etkinlikler ve lig tarafında devam etmiştir.

Özgün içerik üretimi stratejisini esas alan İş Bankası, hedef kitleye doğrudan erişebilmek, onların sevdiği ve bildiği bir marka olma amacıyla sosyal medyada **Maximum Gaming** platformunu oluşturmuş ; genç, dinamik ve trendleri takip eden bir sosyal medya hesabı olarak espor severlerin karşısına çıkarak , takipçilerle oyunlar hakkında konuşmuş, espor takımları ve oyuncularını ile bir araya gelmeyi mümkün kılmıştır.

Maximum Mobil uygulaması içerisinde yer alan Dijital Kod Market’te Riot Points, Steam Cüzdan kodu, Zula gibi oyun kodlarının satışlarına aracılık etmekte olan İş Bankası, hedef kitlenin içgörü ve tüketim alışkanlıkları paralelinde, esporculara özel, oyun kodu alımlarında ve online tüm harcamalarda sürekli puan kazandıran ve kazanılan puanların tekrar oyun kodu alışverişlerinde kullanımını sağlayan bir ön ödemeli kart ürünü olan Maximum Gaming Kart’ı hizmete sunmuştur.

İş Bankası, ödeme sistemleri alanında sunduğu çözümler sayesinde de esporcular ile olan bağıını daha da güçlendirerek, Türkiye’deki espor ekosistemini büyütmeyi amaçlamaktadır



maximum.com.tr/TR



twitter.com/maximumgamingg



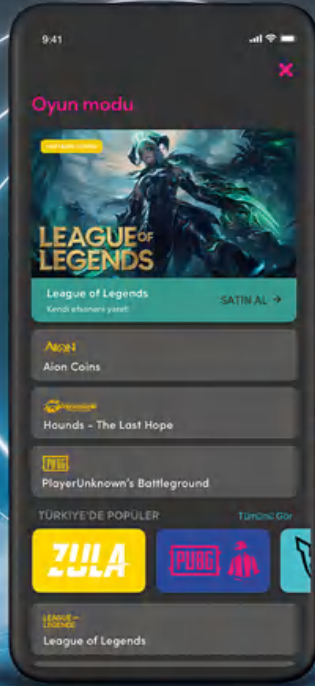
facebook.com/maximumgamingg/



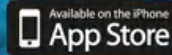
instagram.com/maximumgaming_/

Ozan SuperApp ile oyun moduna geç

Tüm dünyada en çok oynanan oyunları keşfetmek için modunu
Ozan Mode: **ON** ile değiştir. Harika oyun ve eğlence paketleri
Ozan SuperApp'te seni bekliyor.



Ozan SuperApp



OZAN SUPERAPP



Yeni nesil finansal teknoloji (fintech) girişimi olan **Ozan** Elektronik Para A.Ş (Ozan) tüm dünyadaki bireysel kullanıcılar ile küçük ve orta ölçekli işletmeleri finansal servislerle buluşturmak amacıyla İstanbul'da kuruldu. 6493 sayılı yasa kapsamında BDDK tarafından elektronik para lisansı verilen ve Ocak 2020'den itibaren de TCMB'nin denetim ve gözetiminde hizmet veren Ozan; Şubat 2021'de Ozan SuperApp'i, Mart ayı itibarıyla da Sanal POS ürünlerini kullanıcılarıyla buluşturdu.

Türkiye ile birlikte, İngiltere, Avrupa Birliği ülkeleri ve ABD'de hizmet vermek üzere gerekli lisans ve altyapı çalışmalarına son hız devam eden Ozan, Şubat 2021'de ise Visa üyeliğini resmen aldı.

Ozan, kullanıcılarına **Ozan SuperApp** aracılığı ile saniyeler içinde hesap açma, hesaba para gönderme, sanal kart oluşturma, kare kod ile ödeme, yurt içi-yurt dışı fatura ödeme ve oyun kodu erişimi gibi hizmetler sağlamayı hedeflerken, bu çözümlere ek olarak Sanal POS ürünüyle de mevcut işlerine ve yeni iş fikirlerine etkili çözüm arayan KOBİ'ler ve serbest çalışanlar için hızlı ve güvenli online ödeme alma hizmeti sağlıyor. Yakın bir zamanda Ozan Card'ı da kullanıcılarıyla buluşturmaya hazırlanan Ozan; yüksek teknolojiye sahip altyapısı, güçlü iş ortakları, global ilişkileri ve tecrübeli ekibi sayesinde Türkiye'nin kullanıcılarının tüm beklentilerini karşılayan ilk "SuperApp"i olmayı hedefliyor.



www.ozan.com/tr



facebook.com/OzanSuperApp/



instagram.com/ozansuperapp/



NE OYUN OYNARSAN OYNA
RAZER GOLD İLE ÖDE



RAZER GOLD



Razer Inc. Gamesultan ve Rixty'nin de içinde bulunduğu hem Türkiye, hem de yurt dışında lider oyun servislerine 2018 yılında %100 satın alım yolu ile yatırımda bulundu. Akabinde de yeniden markalaştırma ile **Razer Gold** ürününü 2019'da oyun severlerin hizmetine sunmuştur. Oyuncular için dünyanın en büyük sanal kredi sistemi olan Razer Gold, oyuncuların birçok pazarda karşılaştıkları; ödemeler için kredi kartlarına sahip olmama, kredi kartı kullanmak istenmemesi veya oyunlarda birden fazla ve güvenli olmayan ödeme sistemi gibi sorunların üstesinden geliyor.

Türkiye'deki oyun severler ve dijital kullanıcılar artık tek bir Razer Gold hesabıyla, en yeni PC ve Mobil oyun başlıklarından oluşan geniş kütüphanesinden kolayca Blizzard, Tencent, NetEase, Wargaming, Riot, Steam ve daha fazla yayıncının 2 binden fazla oyun, oyun içi, eğlence ve dijital içerik ürününü satın alabilirler. Razer Gold ödemeleri sunan popüler oyunlardan bazıları şunlardır: PUBG Mobile, Lords of Mobile, Mobile Legends, Crossfire, World of Warcraft, DOTA 2, CS:GO, Zula, League of Legends , vb. Sosyal platformlarda ise Bigo TV, Huya Limited, Twitch, Azar, Who, Connected2me, LiVU, LiveMe vb.

Razer Gold, dünya üzerinde çevrim içi web sitesinden, marketlere kadar hediye kartları ile 3,5 milyondan fazla fiziki satış noktasından temin edilebilir. Oyuncular, Razer Gold'a özel nadir oyun içi eşyalardan (silahlar, kostümler ve daha fazlası) veya oyun başlıklarında indirimlerden faydalanabiliyor. Örnek, Tencent firması ile olan global işbirliğimiz sayesinde sadece Razer kullanıcılarına özel olarak üretilen Razer paraşüt ve bu yıl da ScarL Razer silahı oyun severlerin kullanımına sunulmuştur.

Razer markası ile "For Gamers By Gamers" ve Razer Gold markası ile "Ne Oyun Oynarsan Oyna, **Razer Gold** ile Öde" sloganıyla oyun severlere ve dijital içerik kullanıcılarına hizmet ediyor. Kullanıcıları aynı zamanda Razer Silver olarak bilinen sadakat ödülleri sisteminin avantajlarından da yararlanıyor. Her Razer Gold kullanımında Razer Silver kazanılıyor ve Razer Silver; gift kartlar, dijital içerik/kostümler veya Razer donanım ürünleri gibi ödülleri almak için de kullanılabilir.



<https://gold.razer.com/>



facebook.com/RazerGoldTurkiye/



instagram.com/razergoldturkey/

Türk Telekom fiberle level atlayın

Hem hızı hem ayrıcalıklarıyla
oyun keyfini katlayan fiber internet
Türk Telekom'da.

100

Mbps

LİMİTSİZ FİBER



Türk Telekom
Değerli Hissettirik



TÜRK TELEKOM



180 yıllık köklü bir geçmişe sahip olan **Türk Telekom**, Türkiye'nin ilk bütünleşmiş telekomünikasyon operatörüdür. Müşterilerin hızla değişen iletişim ve teknoloji ihtiyaçlarına en güçlü ve en doğru şekilde cevap verebilmek amacıyla 2015 yılında Türk Telekomünikasyon A.Ş., TT Mobil İletişim Hizmetleri A.Ş. ve TTNET A.Ş. tüzel kişiliklerini mevcut şekliyle muhafaza ederek ve tabi oldukları mevzuat ve regülasyonlara tamamen uyarak, "müşteri odaklı" ve bütünleşmiş bir yapıya geçmiştir. Bireysel ve kurumsal hizmetler alanında geniş hizmet ağı ve zengin ürün çeşitliliğine sahip olan Türk Telekom, Ocak 2016 itibarıyla mobil, internet, telefon ve TV ürün ve hizmetlerini 'Türk Telekom' tek marka çatısı altında bir araya getirmiştir.

"Türkiye'nin Çoklu Oyuncusu" Türk Telekom, 31 Aralık 2020 itibarıyla 16,3 milyon sabit erişim hattı, 13,4 milyon geniş bant, 3,1 milyon TV ve 23,2 milyon mobil aboneye hizmet vermektedir. Türk Telekom Grubu, şirketleri Türkiye'yi yeni teknolojilerle buluşturma ve bilgi toplumuna dönüşüm sürecini hızlandırma vizyonuyla, 81 ilde 34.748 çalışanıyla hizmet vermektedir.

Türk Telekomünikasyon A.Ş., PSTN ve toptan geniş bant hizmetlerini sunmakta olup, mobil operatör TT Mobil İletişim Hizmetleri A.Ş., perakende internet hizmeti, IPTV, Uydu TV, Web TV, Mobile TV, Smart TV hizmetleri sağlayıcısı TTNET A.Ş., yakınsama teknolojileri şirketi Argela Yazılım ve Bilişim Teknolojileri A.Ş., BT çözüm sağlayıcısı Innova Bilişim Çözümleri A.Ş., çevrimiçi eğitim yazılımları şirketi Sebitt Eğitim ve Bilgi Teknolojileri A.Ş., çağrı merkezi şirketi AssisTT Rehberlik ve Müşteri Hizmetleri A.Ş., proje geliştirme ve kurumsal risk sermayesi şirketi TT Ventures Proje Geliştirme A.Ş., elektrik tedarik ve satış şirketi TTES Elektrik Tedarik Satış A.Ş., toptan veri ve kapasite servis sağlayıcısı TT International Telekomünikasyon Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi ile tesis bünyesinde kombine destek hizmetleri sağlayıcısı TT Destek Hizmetleri A.Ş.'nin doğrudan; TT International Holding BV iştiraklerinin, televizyon yayıncılığı ile isteğe bağlı yayıncılık (VOD) hizmetleri sağlayıcısı Net Ekran şirketlerinin, cihaz satış şirketi TT Satış ve Dağıtım Hizmetleri A.Ş.'nin ödeme hizmetleri şirketi TT Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.'nin rehberlik hizmetleri şirketi 11818 Rehberlik ve Müşteri Hizmetleri A.Ş.'nin (tasfiye halinde) ve web portalı ve bilgisayar programlama şirketi APPYAP Teknoloji ve Bilişim A.Ş.'nin ise dolaylı olarak %100'üne sahiptir.



www.turktelekom.com.tr/



facebook.com/TurkTelekom



instagram.com/TurkTelekom/

PEKİ YA ORTA DOĞU OYUN SEKTÖRÜ?

Oyun gelirleri istatistiklerine göre öne çıkan Orta Doğu ülkeleri

GAMING IN MENA OLARAK ORTA DOĞU'DA DA VARIZ!





ORTA DOĞU

GELİRE GÖRE ÜLKE SIRALAMASI

- Türkiye: 880 Milyon USD
- Suudi Arabistan: 1 Milyar USD +
- İran: 570 Milyon USD +
- İsrail: 470 Milyon USD +
- Mısır: 370 Milyon USD +
- Birleşik Arap Emirlikleri: 340 Milyon USD +
- TOTAL: 5,4 Milyar USD 2020 Geliri



- Nüfus: 1.800.000.000 +
- Online Nüfus: 660.000.000 +
- Oyuncu Sayısı: 380.000M+

Source: Newzoo - 2020 Free Global Game Market Report

2020



2021

Gaming in Turkey
Oyun ve Espor Ajansı





Gaming in Turkey

Gaming in Turkey, tamamen espor ve oyun üzerine kurulmuş, Türkiye'de 5 yıldır hizmet veren oyun ve espor ajansıdır. (Purple Pan Şirketler Grubunun Bir Parçasıdır.)

Oyun şirketleri için özel entegre edilmiş online ve offline pazarlama servisleri ile 360 derece hizmet vermektedir.

Oyun sektöründe 12 yıldan fazla deneyime sahip profesyonelleri aynı çatı altında toplayan Gaming in Turkey, dünyanın dört bir yayından oyun yayıncıları ve geliştiricileri ile iş birlikleri yapmaktadır.

Ayrıca Türkiye'de birçok büyük markaya hizmet vermektedir. Gaming in MENA Orta Doğu ofisi ile tüm Orta Doğu'ya hizmet vermektedir.



- Purple Pan – Creative Agency
- Gaming in Turkey – Oyun & Espor Ajansı
- T.I.P Effect – Influencer Marketing Ajansı
- Hubogi – Oyun Sektörü Haberleri
- Tricky Games – Mobil Oyun Yazılım
- OBT – Oyun ve Eğlence Etkinliği
- Gaming in MENA – Oyun & Espor Ajansı
- GIT Esports
- Gaming in Europe – 2021 – 2022

01

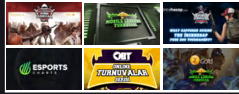
Oyun
Pazarlama

Kreatif
Tasarımlar



02

Espor
Organizasyon
Turnuva



03

Oyun
Operasyon

QA Servisi

IT
Servisi

04

Markalar
Dikeyinde Oyun ve
Espor
Danışmanlığı



05

Mobil Oyun
Yazılımı

06

Sektör
Raporları

01

Oyun
Pazarlama

Kreatif
Tasarımlar

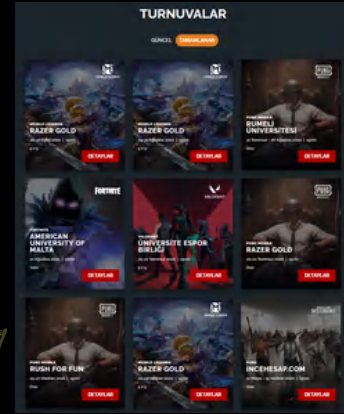
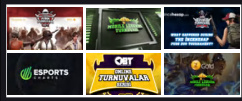


- Yerelleştirme
- Influencer Pazarlama
- Medya Planlama
- Video Prodüksiyon
- Marka ve Strateji Geliştirme
- Dijital Pazarlama
- User Acquisition
- Sosyal Medya Yönetimi
- Yaratıcı Tasarımlar
- Dijital PR & PR
- Ortaklıklar
- Konsept Dizayn
- Karakter Çizimi
- İllüstrasyon
- Pazarlama Görselleri
- 3 Boyutlu Modelleme
- 2 Boyutlu Animasyon
- 3 Boyutlu Animasyon

02

Espor
Organizasyon
Turnuva

- Espor Organizasyonları
- Offline Turnuvalar
- Online Turnuvalar
- Şirket İçi Turnuva ve Etkinlikler
- Sponsorluklar
- Takım Yönetimi
- İnternet Kafe Etkinlikleri
- A'dan Z'ye Turnuva Pazarlaması
- GIT Esports Turnuva Platformu



03

Oyun
Operasyon

QA Servisi

IT
Servisi

- Oyun Çevirisi / Yerelleştirme
- Oyun Etkinlikleri
- Oyun Müşteri Desteği
- Yerel Ödeme Seçenekleri
- Oyun Yönetimi
- Oyun Moderasyonu
- Oyun Gözleme (7 / 24)

- Cross-Platform Testleri
- Cihaz Ekran Boyut Testleri
- İşletim Sistemi Uygunluk Testleri
- Ürün Fonksiyon Testleri
- Dizayn & UI Kontrolleri
- Deneyim Testleri
- Hatalar & Düzeltmeler
- Tam Kapsamlı Son Kontrol

04

Markalar
Dikeyinde Oyun
ve Esport
Danışmanlığı



- Markanıza Uygun Oyuncu Odaklı Müşteri Kütlesi Bulma
- Hangi Oyun ile Ne Yapılmalı
- Oyun ya da Esport Özelinde Sponsorluk
- Oyun İçi Deneyim
- Oyundan Satışa Yönlendirme
- Şirket İçi Organizasyon
- Tam Kapsamlı 360 Derece Danışmanlık



OZAN AYDEMİR



ELİF CEYLANER



ULUÇ ALI HIRANÇLI



BATUHAN ÖZMEN



SERHAT BEKDEMİR



BEGÜM ÖZGÜRİN



ENES SARGIN



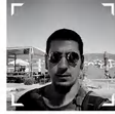
BOŞRA SU TURAYYEN



BERİRE BÜYÜKKARAKAÇ



DR. AHMET AYDEMİR



ÖZDHAN YILMAZER



EMRE YAKARIŞIK



MUSTAFA CEM DURMAZ



OLCAY AMATALARI



BERKANT NARDHAN



İZEL KAYA



İREM PEÇEL



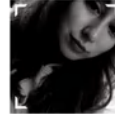
KEZBAN EMNİYETLİ



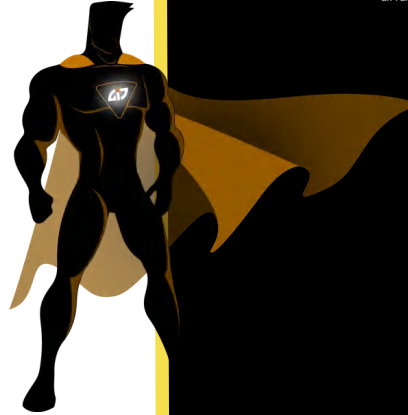
ALP OFLAŞ



KAAN DURUŞAN



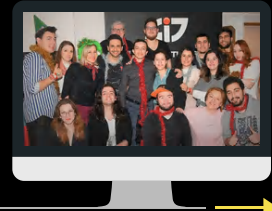
HAZAL AKTAS



BNU ESPORTS EKİBİ

"Talent wins games, but teamwork and intelligence win championships."

G.I.T
TEAM





40

Oyun
Yayıncılığı

42

Milyon
Kullanıcı
Yönetimi

90

Bin
Anlık
Oyuncu

59

Ödül

25

Yeni Marka
Yaratımı

Gaming in Turkey Oyun
Ajansı Takımı
Liderliğinde, Gaming in
Turkey ve Farklı Şirketler
Altında Hazırlanan
Projelere Ait Rakamlar



XIGNCODE3™

Gaming Security
Solutions



BAU Esports

ESPORTS
CHARTS

Analytical Services



Collegiate Esports
League



Twitch Student
Program

RUSH
FOR FUN

Esports Arena
Kuwait

INNOFUN

China Mobile Gaming
Industry Publishing
Partner



Cafe Bazaar MENA
Mobile Game
Publishing Partner

FACET
CHALLENGE YOUR GAME

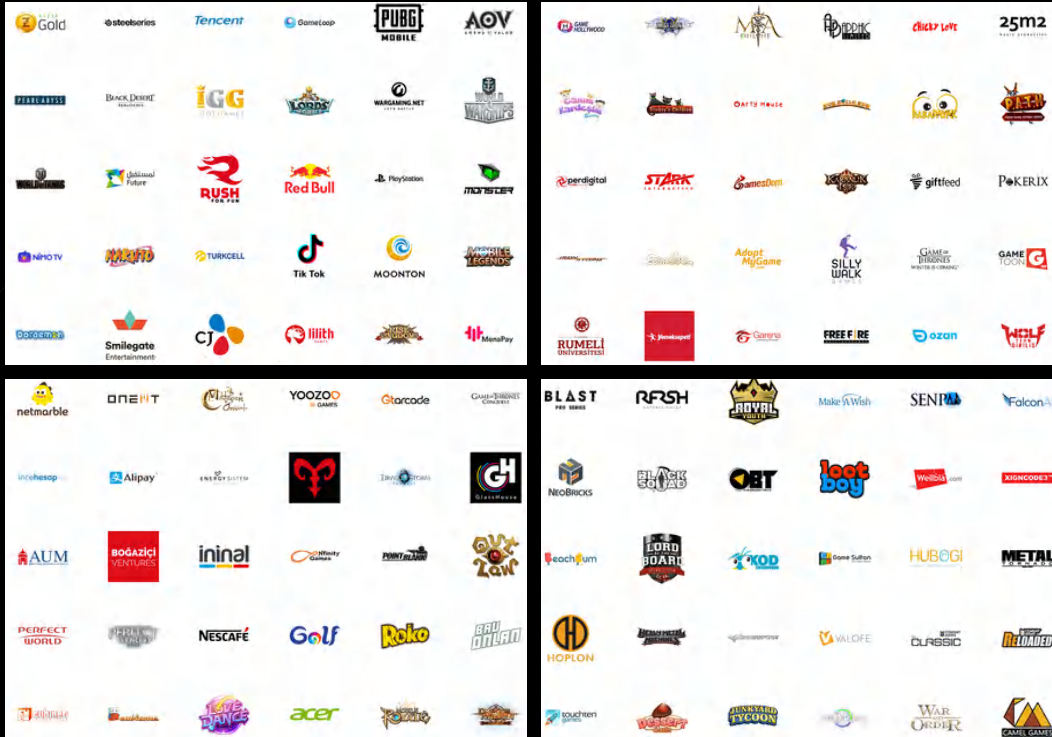
International
Esports Tournament
Platform



GlassHouse
IT Servisleri
Partneri



Gaming in Turkey
Stratejik Partnerleri



JOYGAME 4. TÜRKİYE TURU

AĞUSTOS-EYLÜL 2013

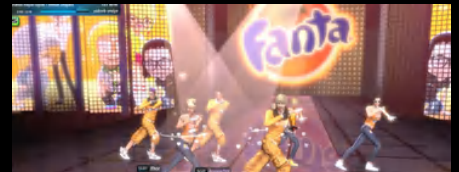
Fanta HAYDI OYNA!

Coca Cola Lider Modu

Fanta

Coca Cola Lider Modu'na Hoşgeldiniz

[Kodları](#)



ÇIKAN KODLARI BİRİKTİR!

JoyGame'leri HEDİYELER KAZAN!

[www.coca-cola.com.tr](#)

Patos ve Chips Master Paketlerinde

JOY GAME OYUN KODLARI
VEYA
WOLF TEAM OYUN KARTLARI

HEDİYE!

CEREZOS

JOY GAME OYUN KODU'nu bul,
veya
Oyun Kartı, **TOP** ya da **FORMA**

KAZAN!

Samsung Galaxy S3 Mini
Wolfteam'cilerin seçimi!

Herkese
₺50lık
hediyeler
kazanılır.

kurtlarkenusuyor.com

VIVIDENT XYLIT

GOLEV

VIVIDENT İLE
"FANTASTİK HEDİYELER"E HAZIR MISIN?
VIVIDENT FANTASTİK DÖRTLÜ TEMALİ PAKETLERDEN ÇIKAN
ŞİFREYİ YOLLA, "FANTASTİK HEDİYELER" KAZANI!

Ad:

Soyad:

İsim:

E-Posta Adresi:

İletişim Adresi:

Adres:

Teléfono:

100 ADET VIVIDENT HEDİYE PAKETİ

2 ADET 2 KİŞİLİK
BARCELONA SEYAHATI +
HELİKOPTER TURU + PORT AVERTURA
TEMA YAKA GİBİSİ

FANTASTİK
SADECE SİNEMALARDA

LYS sınavına oyun oynar gibi hazırlan,
30 TL promokod kazan!

Turkcell Akademi'ye gel, ayda **9,99 TL**'ye
im sınavda bir adım önde ol, hem de **30 TL**
promokodunun olsun!

Promokod kazanmak için;

LYS GOLEV --> 8151

LYS WOLFTEAM --> 8151

LYS MSTAR --> 8151

GOLEV **WOLF TEAM** **(M)STAR**

TURKCELL
AKADEMİ

opet ile wolfteam'de **gücünü göster**

Şimdi opet facebook sayfasına beğen, wolfteam'de 25 TL'lik hediye kuponunu al. gücünü herkese göster!



SAYFAYI BEĞEN KAZAN!

25 TL Değerindeki polka içeceği: ETSR-1 OL, Long Claw, S2-550 MC, ZIGANA 1, Yarıdan Doğay Süzme Sifirama, İnhoir İngilizce, Lin maling, İfyodor 1 Güneşliktir.

GNC GAMER

OYUNDA LEVEL ATLA

KURALLARI SEN KOY! RAKİPLERİNDEN ÖNDE OL!

OYUN İÇİ AVANTAJLARDAN VE İPUÇLARINDAN İLK SEN HABERDAR OL!

ÜCRETSİZ GNC GAMER → 2222

gnctrkcll

RENAULT



Renault ile Wolfteam'de Gücünü Göster!

Şimdi Renault Facebook sayfasına beğen, Wolfteam'de 25 TL'lik hediye kuponunu al! Gücünü herkese göster!

GNCTRKCLL UYGULAMASINI CEBİNE İNDİR HEDİYE WOLFTeam KUPONUNU AL!



TELEFON NUMARANI GİR:

5XX XXX XXX XXX

KAYDET

ROKO İLE KAZAN



Roko GAMERBOX

PUBG MOBILE



ÜÇ KAZANMAK İÇİN FORMU DOLDUR!

AD:

SOYAD:

TELEFON:

E-POSTA:

Kazanan sayısını merak etmiyorum

Kuponunuzu bu hafta için kullanın, bir kez kullanırsanız bu hafta etkinlikten dışarı çıkarsınız. Her hafta kazanın! Kazanarak bir hafta boyunca bu etkinlikten dışarı çıkarsınız. Kazanarak kazanın!

KODU GİR

YENİ KAZANAN 555 8888 999999

ROKO İLE KAZAN



Roko

MİLYONLARCA HEDİYE



PUBG MOBILE
100%

LORDS MOBILE
100%

MIA ONLINE
50%

WOL TEAM
20%

steelseries ARCTIS 1

BLOODRAPPER

WOL BIRILIS

DIGITAL OYUN KODU EN KOLAY NASIL ALINIR!

MIGROS

NESCAFE
3ü1
arada
EXTRA ile

#SABAHLAROLMASIN
YAYINI SAAT 21.00 DA

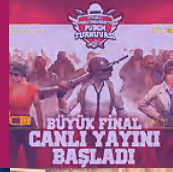
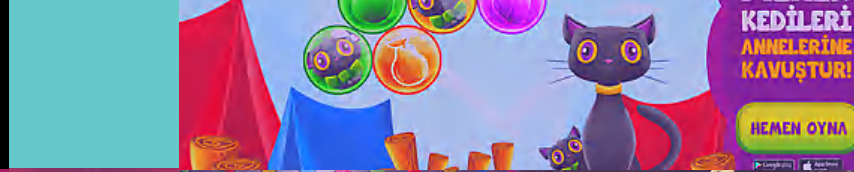
ZEONIN

2 X 100 STEAM WALLET
1 X 3620 RP





Örnek İşler





PUBG MOBILE

Influencer Marketing

PUBG Mobile Özel Influencer Projesi
Yaparsın Aşkim



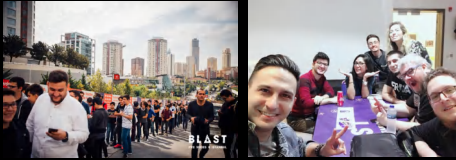
OBİT OYUN ETKİNLİĞİ

www.oyunbaslasin.com

Oyun Başlasın Türkiye - OBİT
Şehir Şehir Gezen Online ve Offline
Oyun ve Eğlence Etkinliği



- Link 1
- Link 2
- Link 3



BLAST PRO SERIES

Espor Organizasyonu

- Pazarlama
- PR & Dijital PR
- Sponsorluklar
- Website ve Sosyal Medya Yönetimi
- Influencer Marketing





FUAR ORGANİZASYONU

Operasyon / Pazarlama

- Stant Dizayn
- Operasyon Ekibi
- Pazarlama Ekibi
- İletişim ve PR





TİK TOK

360 Derece Pazarlama

Dünyanın en popüler eğlence uygulamalarından biri olan Tik Tok adına 360 derece pazarlama yaptık.

- Influencer Marketing
- Sosyal Sorumluluk Kampanyası
- Outdoor
- Medya Planı
- Dijital Pazarlama



www.rokoilekazan.com

PUBG MOBILE ROKO'LARDA BOŞ YOK!

ROKO ÇUBUKLARINDA MİLYONLARCA HEDİYE

PUBG MOBILE

ÜÇ KAZANMAK İÇİN FORMU DOLDUR!

AD

E-MAİL

KODU

FİYAT

GİZLİLİK SEÇ

HEDİYENİ AL

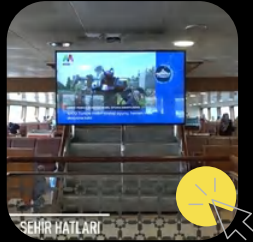
KODUNUZU İLA İSİMİNİZİ

PUBG MOBILE

Marka - Oyun Partnerliği

PUBG Mobile - GOLF Roko
Dondurmaları KOD
Kampanyası





LORDS MOBILE

360 Derece Pazarlama

IGG - Lords Mobile 360 Derece Pazarlama Kampanyaları

- TV Medya Planı
- Outdoor
- Influencer Marketing
- PR & Dijital PR
- Dijital Pazarlama
- Oyun Fuarı





steelseries ARCTIS 1

PUBG MOBILE 100₺

LORDS MOBILE 100₺

MOA ONLINE 50₺

WOL TEAM 20₺

steelseries

The image displays a SteelSeries ARCTIS 1 headset in the foreground, with a background collage of four game bundles. Each bundle includes a game logo, a character image, and a price tag with a green '₺' symbol. The bundles are: PUBG MOBILE (100₺), LORDS MOBILE (100₺), MOA ONLINE (50₺), and WOL TEAM (20₺). The SteelSeries logo is visible on the headset and in the top right corner of the collage.

STEELSERIES

Marka - Oyun Partnerliği

SteelSeries Oyun Paketi
Kampanyası - 270 TL
Değerinde Oyun Paketi





PUBG MOBILE

Oyun Etkinliği

PUBG Mobile 1. Yıl Partisi
Organizasyonu



STEEL TALENTS HALK OYLAMASI YARIŞMACILAR HAKKINDA INFLUENCER REJİBİNE SES KÜTÜPHANE

GLOW UP

STEEL TALENTS HALK OYLAMASI BAŞLADI

JURİ

İzzemce Theta Elmi Koyunlu Akogreen

HEMEN OY VER

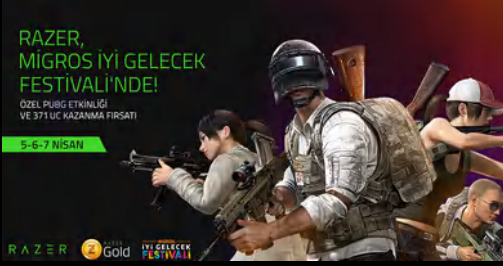
 Arda Can Özel "Taleantörünk" Twitch.tv/fascen2k	 Aybars Algan "AybarsAlgan" Twitch.tv/aybarsalgan	 Aybuse Uslu "aybuse" Twitch.tv/aybuse	 Busemur Canbay "Busemur" Twitch.tv/warrior
 Davut Bıçığı "DALBİÇİ" Twitch.tv/dalbicik	 Furkan Nus "YERLİACI" Twitch.tv/implato	 Halican Çayan "suvincor" Twitch.tv/wenotrat	 Koray Güler "Yükseklik" Twitch.tv/sakallibiz
 Mertcan Yalçınoğlu "Yalçınoğlu" Twitch.tv/yalcinoğlu	 Mustafa Oğuz Topaloğlu "Sistemci" Twitch.tv/cosmofix		

STEELSERIES

Steel Talents Influencer Projesi

Steel Talents Influencer Yarışması



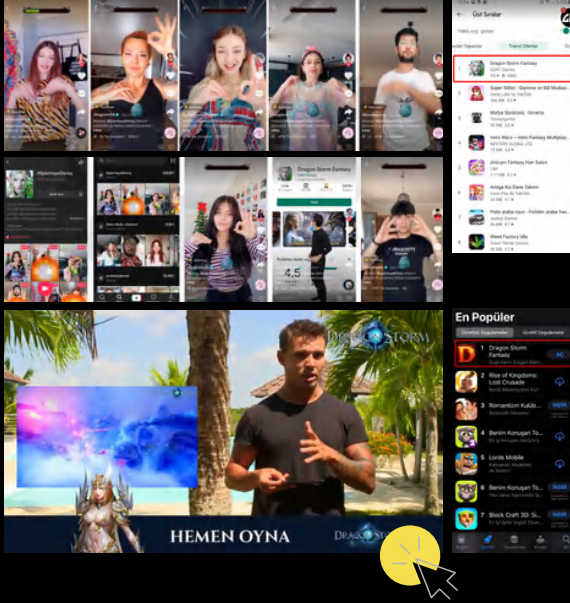


RAZER GOLD

Offline Etkinlik Yönetimi

Razer Gold - Migros Festivali, Operasyon ve Stant Tasarımı





DRAGON STORM

360 Derece Pazarlama

Mobil RPG Oyunu 360 Derece Pazarlama Planı

- TV - Medya Planı - Prodüksiyon
- Dijital Pazarlama
- Influencer Marketing
- PR





MOBILE LEGENDS

Online / Offline Espor

Mobile Legends 2019 Türkiye
Finalleri Online ve Offline
Turnuva / Pazarlama





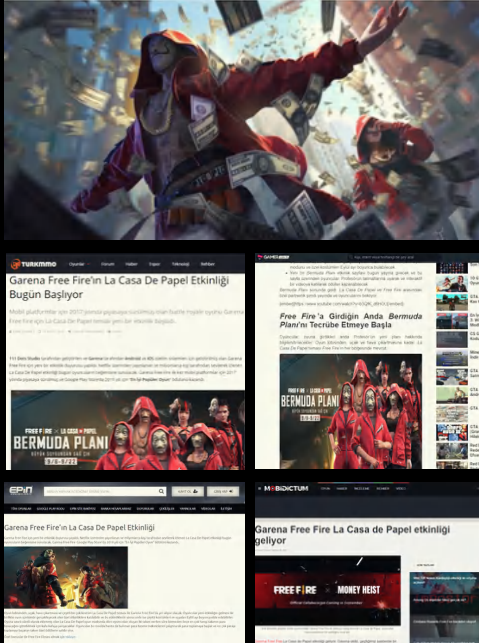
WORLD OF WARSHIPS

360 Derece Pazarlama

Wargaming'in ünlü oyunu World of Warships için 360 Derece Pazarlama

- Dijital Pazarlama
- Influencer Marketing
- PR
- Saha Aktivasyonları



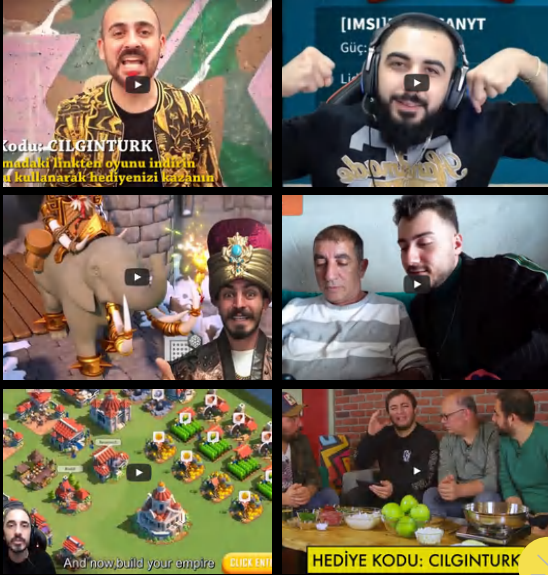


GARENA FREE FIRE

La Casa de Papel Etkinliği PR

Garena Free Fire La Casa de
Papel Oyun İçi Etkinliği PR ve
Tanıtım alışmaları





RISE OF KINGDOMS

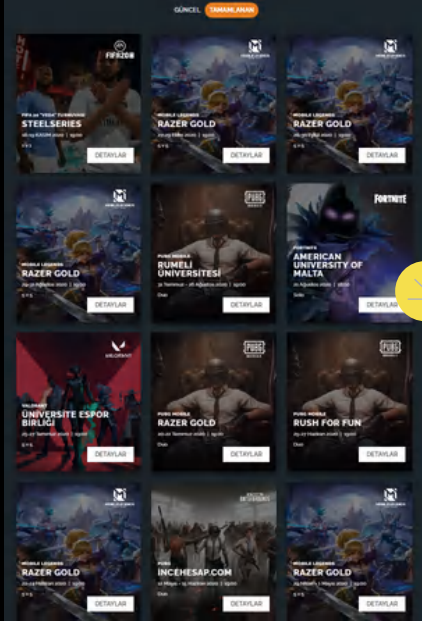
Influencer Marketing

20 büyük influencer ile yapılan büyük influencer kampanyası.

Rise Of Kingdoms - Lilith Games

Motto: Dünyayı Titreten Çılgın Türkler





GIT ESPORTS

Online Turnuvalar

Git Esports üzerinden gerçekleştirdiğimiz online turnuvalar.





SOSYAL MEDYA

SM Yönetimi

SM Yönetimi ve Tasarım Örnekleri





**TÜM İŞLERİMİZİ
GÖRMEK İÇİN
LÜTFEN
TIKLAYIN...**





Gaming in Turkey
ile ilgili basında
çıkan haberler...



Kaynakça

- Gaming in Turkey
- Türkiye İstatistik Kurumu - TÜİK
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK)
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası - tcmb.gov.tr
- TESFED - Türkiye Esport Federasyonu
- BAU - Bahçeşehir Üniversitesi - BAU Esports
- Razer Gold
- Ozan Ödeme Sistemleri
- Statista Global Consumer Survey 2020
- Esports Charts
- App Annie Ücretsiz 2020 Raporları
- App Annie State of Mobile 2021 Ranking Tables
- Riot Games
- InGame Group
- Tencent
- Gulfnews
- Alexa
- We Are Social Digital 2021 Global Overview Report
- Turkey Mobile Gaming Statistics in 2021 - 42Matters
- Twitch TV - Youtube - Instagram Verileri
- Education First English Language School English Proficiency Index List 2021
- Newzoo - 2020 Free Global Game Market Report
- AdColony & Nielsen Türkiye Mobil Oyun Araştırması Raporu 2020
- Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları - Reklamcılar Derneği - Deloitte
- KPMG Türkiye - Türkiye Startup Yatırımları Raporu

Gaming in Turkey

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

Bu raporda yer alan bilgiler genel bilgilendirme amaçlıdır. Gaming in Turkey Oyun ve Espor Ajansı 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'in uzman ekibi, tüm sektör bilgileri ile birlikte harmanlayarak bu raporu oluşturmuştur. Uzman Görüşleri, kişilerin kendi bireysel ya da firmaları adına verdiği görüşler olup yatırım tavsiyesi, danışmanlığı vasfında olmayıp herhangi bir diğer kişi veya kurumu bağlayıcı bir özelliği bulunmamaktadır. Tüm görüşler değiştirilmeden raporumuzda yer almaktadır.



GAMINGINTURKEY

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ 2020 RAPORU

