



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ 2024 RAPORU

2024 DENGİ



TÜRKİYE

03N

SEKTÖRÜ '24

RAPORU

İçindekiler

- 3 - 7 İçindekiler
- 8 - 9 Sponsorlarımız
- 10 - 11 Medya Partnerlerimiz
- 13 - 14 Ön Söz
- 15 - 16 2024 Türkiye'sine Genel Bakış
- 18 - 20 Türkiye'de Tahmini 2024 Medya ve Reklam Yatırımları
- 21 - 27 Oyun Dünyasında Markalar
- 28 - 29 Oyunların İçinde Markaların Gücü
- 30 - 32 Türkiye'de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları
- 33 Türkiye'de Sosyal Medya Kullanımının Ana Nedenleri
- 34 Türkiye'de Takip Edilen Sosyal Medya Hesaplarının Türleri
- 35 Türkiye İnternet Kullanımının Ana Nedenleri
- 36 - 37 Türkiye'de İnternet Kullanımı İle İlgili Önemli Başlıklar
- 38 Türkiye'de Tercih Edilen Markalar 2024 - Mobil Telefon
- 39 - 40 Türkiye'de Tercih Edilen Markalar 2024 - Oyun Bilgisayarı
- 41 - 42 Türkiye'de Tercih Edilen Markalar 2024 - Oyuncu Ekipmanı
- 43 Türkiye'de Tercih Edilen Markalar 2024 - Oyuncu Koltuğu
- 44 Türkiye'de Satın Almayı Etkileyen Kriterler
- 45 - 54 Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları
- 55 - 56 Türkiye'de Android Dünyası
- 57 - 60 BlueStacks now.gg Özel Köşesi
- 61 - 64 Türk Oyuncular İçin Yerelleştirme Neden Bir Gereklilik?



İçindekiler

- 65 - 66 Müzik, Oyunun Vazgeçilmez Bir Parçası
- 67 - 70 Türk Oyuncuların Genel Karakteristik Özellikleri
- 71 Türk Oyuncuların Oyun Oynarken Tükettiği İçecekler
- 72 Türk Oyuncuların Beslenme Alışkanlıkları
- 74 - 75 Türkiye'de Oyun Sektörü
- 76 - 84 Türkiye Oyun Sektöründe 2024'ün En Dikkat Çeken Gelişmeleri
- 85 - 90 Oyun Sektöründe Yatırımlar
- 91 - 93 Boğaziçi Ventures Özel Köşesi
- 94 - 98 TESFED (Türkiye Espor Federasyonu) Özel Köşesi
- 99 - 101 Level Infinite Özel Köşesi
- 102 - 103 Riot Games Özel Köşesi
- 104 - 106 Joygame Özel Köşesi
- 107 - 113 Oyun Sektöründe Büyüme, İnovasyon ve Gelecek Fırsatları
- 114 - 115 Espor Nereye Gidiyor?
- 116 - 128 Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri
- 129 - 132 Yapay Zeka (AI) Oyun Sektörüne Yön Verecek mi?
- 133 Cosplay Sektöründe Son Durum
- 134 Oyun Hukukunda Yeni Bir Fırsat NFT ve Oyun Tokenleri
- 135 - 139 Sektörde Firmaların Türkiye'de Temsilci Atama Yükümlülüğü
- 140 - 141 Lootboxlar: Dijital Oyunlar Yasal Düzenlemeler
- 142 - 149 Türkiye'de Ciddi Oyunlar Ne Durumda?
- 151 Türkiye Nüfusu



İçindekiler

- 152 - 153 Türkiye'deki İnternet Kullanıcıları
- 154 Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları
- 155 Türkiye'deki Mobil Kullanıcıları
- 156 Türkiye'deki Oyuncu Sayısı ve Gelir
- 157 Türkiye'de Oyuncuların Platformlara Göre Dağılımları
- 158 Türkiye'de Yaş'a Göre Oyuncular
- 159 Türkiye'de Cinsiyete Göre Oyuncular
- 160 Türkiye'de Gelire Göre Oyuncular
- 161 TOP 15 Mobil Oyun - Ücretsiz Kategori İndirme
- 162 TOP 15 Mobil Oyun - Ücretsiz Kategori Gelir
- 163 TOP 15 Mobil Oyun - Ücretli Kategori İndirme
- 164 TOP 15 Mobil Oyun - Ücretli Kategori Gelir
- 165 2024'te İndirilme Sayısına Göre Türk Yapımı Mobil Oyunlar
- 166 Türkiye'de En Çok İndirilen Mobil Uygulamalar
- 167 - 168 Türkiye'de En Çok İndirilen Mobil Uygulama Türleri
- 169 Türkiye'de En Çok Harcama Yapılan Mobil Uygulamalar
- 170 - 171 Türkiye'de En Çok Harcama Yapılan Mobil Uygulama Türleri
- 172 Popüler PC Oyunları
- 173 Popüler Konsol Oyunları
- 174 En Çok Tercih Edilen PC ve Konsol Oyun Türleri
- 175 - 177 Türkiye'deki Popüler Oyun Firmaları (Global ve Lokal)
- 178 Lokal Oyun Firmaları ve Geliştiriciler



İçindekiler

- 179 - 180 Türkiye'deki Popüler Twitch TV Yayıncıları TOP 20
- 181 - 182 Türkiye'deki Popüler YouTube Kanalları TOP 20
- 183 Türkiye'deki Popüler Instagram Fenomenleri TOP 20
- 184 Türkiye'deki Aktif Ödeme Kuruluşları
- 185 - 187 Türkiye'deki Aktif Elektronik Para Kuruluşları
- 188 Türkiye'deki Dernekler
- 189 Türkiye'deki Oyun Fuarları (B2C)
- 190 - 197 Türkiye'de Düzenlenen On/Off Etkinlikler (Oyun, Espor, Fuar, B2B, B2C)
- 198 - 201 Türkiye'deki Oyun Tasarımı Lisans ve Yüksek Lisans Programları
- 202 - 203 Türkiye'deki Oyun Girişimcilik Merkezleri
- 204 - 209 Oyun Sektöründe Meslekler
- 210 Türkiye'deki İnternet Kafe Sayısı
- 211 Türkiye'deki İnternet Kafelerin PC Sistemleri ve İstatistikler
- 212 Türkiye'deki İnternet Kafelerde En Çok Oynanan Oyunlar
- 213 Türkiye'deki İnternet Kafelerin Bölgesel Dağılımı
- 214 Türkiye'deki Top Online E-Pin SATIŞ Satış Siteleri (2024 Trafik)
- 215 Türkiye'deki Top Online Oyun Platformları
- 216 Türkiye'deki Oyun Dergileri
- 218 - 232 Global Turnuvalarda Başarı Elde Etmiş Türk Espor Takımları
- 233 Türkiye'deki Lisanslı Oyuncu ve Takım Sayısı (TESFED)
- 234 - 237 Sosyal Medyada En Fazla Takipçisi Bulunan Espor Takımları
- 238 - 239 Türkiye'de Espor ve Oyuna Yatırım Yapan Markalar



İçindekiler

- 240 Türkiye'de Oynanan Espor Oyunları
- 241 Türkiye'deki Oyun ve Espor Medya Kanalları
- 243 - 246 2024 Genel Global Veriler
- 248 - 283 Uzman Görüşleri
- 285 - 313 Oyun Medyası Uzman Görüşleri
- 315 - 332 Sponsorlarımız
- 333 - 369 Medya Sponsorlarımız
- 370 - 371 Kaynakça
- 372 Bilgilendirme Notu



Teşekkürler

9 senedir büyük bir titizlikle hazırladığımız ve birçok kaynaktan yayınlanan verileri yorumladığımız Türkiye Oyun Sektörü Raporu'nun 2024 versiyonunda, bizimle birlikte olan ve katkı sağlayan tüm değerli destekçilerimize sonsuz teşekkürlerimizi sunuyoruz. Onların katkıları sayesinde bu rapor, sektör için daha kapsamlı ve güçlü bir kaynak haline geldi.

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



Legendary Sponsorlarımız

Airbridge

Billonga



BlueStacks
by **now.gg**

BOĞAZIÇI
VENTURES



GPAY



portuma

Teşekkürler

9 senedir büyük bir titizlikle hazırladığımız ve birçok kaynaktan yayınlanan verileri yorumladığımız Türkiye Oyun Sektörü Raporu'nun 2024 versiyonunda, bizimle birlikte olan ve katkı sağlayan tüm değerli destekçilerimize sonsuz teşekkürlerimizi sunuyoruz. Onların katkıları sayesinde bu rapor, sektör için daha kapsamlı ve güçlü bir kaynak haline geldi.

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



Rare Sponsorlarımız



Teşekkürler

Türkiye Oyun Sektörü Raporu 2024'ün hem erişimine hem de içerik olarak katkı sağlayan çok değerli medya sponsorlarımıza sonsuz teşekkür ederiz.

(Medya sponsorlarımız alfabetik olarak sıralanmıştır.)



Medya Sponsorlarımız

5MID

A'dan Z'ye
ESPOR.COM

Atarita

BASLATTUSU

BPT

BSC BÖLÜM SONU
CANAVARI

DEKET
KUTUPU

DH

ESPOR
Gazetesi

eSports360

FLANK

+ Fragtist

FRPNET®

GAMER
BENCHMARK

GAMER
PAPERS

gamizm

HWP

HUBOGI
hub of game industry

IGN
TÜRKİYE

indir.com

Teşekkürler

Türkiye Oyun Sektörü Raporu 2024'ün hem erişimine hem de içerik olarak katkı sağlayan çok değerli medya sponsorlarımıza sonsuz teşekkür ederiz.
(Medya sponsorlarımız alfabetik olarak sıralanmıştır.)



Medya Sponsorlarımız

MistERNOB
Hayati Oyun Olanların Platformu

MOBIDICTUM

oyundijital

**OYUN
GÜNLÜĞÜ**

OSE
OYUN SEKTÖRÜ ETKİNLİKLERİ

PCHÜCASI



**SAVE
BUTONU**

**Shift
Delete.Net**

tamindir

technostory
Teknolojinin marka hikayeleri

**Techno
Logic**

techolay

TEKNODİOT

TURKMMO

**TURUNCU
LENYE**

upcorn

UGNW

Wallbang
GAMING NETWORK

webteknö



GİRİŞ VE GENEL BAKIŞ





2024'ün Oyun Sektörüne Bıraktıkları

Her yıl olduğu gibi, bu yıl da oyun dünyasının nabzını tutan ve sektördeki gelişmelere ışık tutan raporumuzla karşınızdayız. Tam 9 yıldır gönülden bağlı olduğumuz bu sektörü daha iyi anlamak, geleceğe dair bir yol haritası oluşturmak ve sektördeki tüm paydaşlara faydalı bir rehber sunmak amacıyla büyük bir tutkuyla hazırlıyoruz. Her zamanki gibi, bilgiyi sadece bir veri yığını olarak değil, okuyucularımız için keyifli ve anlaşılır bir içerik olarak sunmaya çalıştık.

2024 yılı, oyun sektörü için hem globalde hem de Türkiye özelinde oldukça dinamik bir yıl oldu. Yeniliklere açık, yaratıcı ve enerjik bir topluluk olarak, sektörümüz birçok başarıya imza atarken karşılaştığı zorluklara da cesaretle çözüm üretti.

Türkiye, genç nüfusu, yaratıcı geliştiricileri ve girişimcilik ekosistemiyle dünya oyun pazarındaki konumunu güçlendirmeye devam etti. Artık sadece oyun oynamaktan bahsetmiyoruz; Türk oyunları global arenada milyonlara ulaşarak, yerel yeteneklerimizin küresel ölçekteki rekabet gücünü ortaya koyuyor.

Global ölçekte, 2024 yılında oyun sektörü 187,7 milyar dolarlık devasa bir büyüklüğe ulaştı. Mobil oyunlar, toplam gelirin %49'unu oluşturarak 92,6 milyar dolarla liderliği sürdürdü. Bunun yanı sıra PC oyunları 43,2 milyar dolarlık bir gelirle güçlü bir büyüme sergilerken, konsol oyunları 51,9 milyar dolarlık hacmiyle pazarın önemli bir parçası olmayı sürdürdü. Özellikle çapraz platform stratejilerinin etkisi, PC oyunlarının büyümesini hızlandırarak bu alandaki fırsatları daha görünür hale getirdi.

Dünya genelindeki 3,4 milyar oyuncu ile oyun sektörü, hem ekonomik hem de sosyal anlamda küresel bir güç olmaya devam ediyor.

OZAN AYDEMİR

PRESIDENT / CEO



2024'ün Oyun Sektörüne Bıraktıkları

Türkiye oyun sektörü, bu dev ekosistemde her geçen yıl daha fazla dikkat çekiyor. Yerli geliştiricilerimiz, yenilikçi projeleriyle global pazarda hem övgü hem de güçlü bir yer edinmeyi başarıyor. Dream Games ve Peak Games gibi unicorn statüsündeki şirketler, Türk girişimcilik ekosisteminin globalde nasıl yankı bulduğunu kanıtlarken, bağımsız oyun stüdyoları ve genç yetenekler de bu başarı hikayesini destekleyen önemli bir yapı taşı haline geldi.

Tabii ki 2024 yılı, sadece başarılarla değil, aynı zamanda ekonomik belirsizlikler ve oyuncu topluluklarının değişen beklentileri gibi zorluklarla da şekillendi. Roblox ve Discord gibi platformlara getirilen erişim yasakları, sektörde tartışmalara yol açarken, Türk oyun stüdyoları bu zorlukları fırsata çevirmeyi bildi. Yerel ve global iş birlikleri sayesinde önemli projelere imza atan sektörümüz, gelecekteki büyüme potansiyelini daha da güçlendirdi.

Bu raporda, Türkiye oyun sektörünün 2024 yılı boyunca yaşadığı dönüşümü, global trendlerin etkilerini ve geleceğe yönelik beklentileri detaylı bir şekilde ele aldık.

Amacımız, sektöre dair bir yılın özetini sunarken, sektörün paydaşlarına ilham vermek ve bir yol haritası çizmelerine yardımcı olmaktır. Sektörde emeği geçen, katkı sağlayan ve tutkuyla çalışan herkese gönülden teşekkür ediyoruz.

Keyifli okumalar dileriz...

OZAN AYDEMİR

PRESIDENT / CEO

2024 Türkiye'sine Genel Bakış

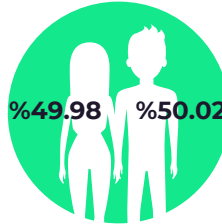
2024 yılında Türkiye nüfusu, önceki yıla göre az da olsa artış gösterdi. Türkiye'de ikamet eden nüfus, 31 Aralık 2024 tarihi itibarıyla bir önceki yıla göre **292 bin 567** kişi artarak **85 milyon 664 bin 944** kişiye ulaştı.

Yıllık nüfus artış hızı 2023 yılında **binde 1.1** iken, 2024 yılında **binde 3.4** oldu.

Erkek nüfus **42 milyon 853 bin 110** kişi olurken, kadın nüfus **42 milyon 811 bin 834** kişi oldu.

Diğer bir ifadeyle toplam nüfusun **%50,02**'sini erkekler, **%49,98**'ini ise kadınlar oluşturdu.

İstanbul'un nüfusu, bir önceki yıla göre **45 bin 678 kişi artarak** 15 milyon 701 bin 602 oldu. Türkiye nüfusunun %18,3'ünün ikamet ettiği İstanbul'u, 5 milyon 864 bin 49 kişi ile Ankara, 4 milyon 493 bin 242 kişi ile İzmir, 3 milyon 238 bin 618 kişi ile Bursa ve 2 milyon 722 bin 103 kişi ile Antalya izledi.



2024 Türkiye'sine Genel Bakış



TOPLAM NÜFUS

85.664.944



KADIN NÜFUSU

42.811.834



ERKEK NÜFUSU

42.853.110



İNTERNET KULLANICISI

76.000.000 (+/-)

NÜFUSA ORANI

16 - 74 YAŞ | %88.8

CİNSİYETE GÖRE

ERKEK | %92.2 KADIN | %85.4

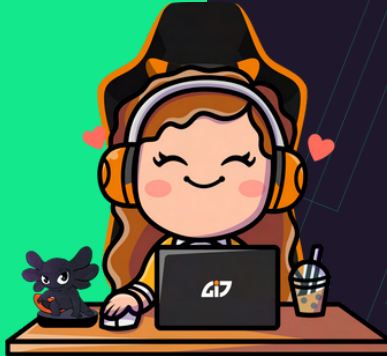


SOSYAL MEDYA KULLANICISI

70.000.000 (+/-)



GENEL VE SEKTÖREL BİLGİLER



Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları

Reklamcılar Derneği tarafından hazırlanan Türkiye Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2024 İlk 6 Ay Raporu'ndaki rakamlara göre: 2023 ve 2024 yıllarının ilk 6 ay verileri karşılaştırıldığında medya yatırımları anlamında önemli değişiklikler gözlemlenmiştir. 2023 yılında toplam medya yatırımları 93,25 milyar TL iken, bu rakam 2024'ün ilk 6 ayında %148,6 artışla 111,78 milyar TL'ye ulaşmıştır.

Kanal	Pazar Payı 2024	Pazar Payı 2023
 Televizyon	%21,7	%26
 Basın	%0,6	%0,9
 Açık Hava	%4,8	%5,4
 Radyo	%1,6	%1,6
 Sinema	%0,1	%0,2
 Dijital	%71,2	%65,9



Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları

2024 yılında dijital medya yatırımları 79,63 milyar TL olarak hesaplanmış ve toplam medya yatırımları içinde %71,2 pay almıştır.

 Dijital Kırılım	Yüzde
Video	%34,5
Gösterim / Tıklama	%29,6
Arama Motoru	%17,9
İlan	%7,5
Dijital Ses E-Posta Connected TV Oyun İçi Sponsorluk	%5,7
Diğer	%5,7
Influencer	%4,8



Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları

2024 yılının ilk 6 ayına ilişkin dijital medya yatırımları platform bazlı analiz edildiğinde, toplam dijital reklamların %78,5'inin mobil cihazlarda gerçekleştiği görülmüştür. Mobil platformlarda en yüksek yatırım kalemi 18,01 milyar TL ile video reklamları olurken, bunu 15,39 milyar TL ile gösterim/tıklama bazlı reklamlar takip etmiştir.

PC platformunda ise toplam yatırımların en büyük kısmı 4,88 milyar TL ile video reklamlarına yönelmiştir. Ayrıca gösterim/tıklama bazlı reklamlar ve arama motoru reklamları PC'deki diğer önemli kalemler arasında yer almaktadır. Belirtilen paylar, farklı platformlar için ayrı ağırlıklarla hesaplanmıştır ve bu durum her platform türünde değişiklik gösterebilir.

Platform	Mobil (Milyar TL)	PC (Milyar TL)
Video	18,01	4,88
Gösterim/Tıklama	15,39	4,27
Arama Motoru	9,24	2,60
İlan Sayfaları	3,82	1,16
Influencer	2,85	0,34
Diğer	2,81	0,98



Oyun Dünyasında Markalar

Dijitalleşmenin hızla arttığı günümüzde oyun sektörü, artık yalnızca eğlence amaçlı bir alan olmanın ötesine geçerek markalar için benzersiz bir pazarlama ve etkileşim ekosistemine dönüştü. Geleneksel reklam mecralarının dışında, markalar artık hedef kitleleriyle ve gençlerle daha doğrudan ve anlamlı yollarla iletişim kurabilecekleri platformlar arıyor. Oyun sektörü, sunduğu yenilikçi çözümler ve yüksek etkileşim oranlarıyla, bu ihtiyaca en güçlü şekilde yanıt veren alanlardan biri haline gelmiş durumda. Bugün, oyun ekosistemi yalnızca bir reklam kanalı değil; aynı zamanda kullanıcıların markaları deneyimleyebileceği, onlarla bağ kurabileceği ve etkileşimde bulunabileceği bir alan olarak konumlanmış durumda. Markalar, oyunlar aracılığıyla yalnızca genç tüketicilere değil, her yaşta ve her kategoriden oyuncuya ulaşma fırsatı yakalıyor. Oyun içi entegrasyonlar, geleneksel reklam modellerinden çok daha yüksek etkileşim oranlarına sahip olmasıyla, markalara kalıcı bir iz bırakma şansı sunuyor.

Bilgiye erişimlerini ve eğlence ihtiyaçlarını internet üzerinden karşılayan genç kitleye ulaşmanın en etkili yolu, oyun sektörüne stratejik ve bilinçli bir şekilde yatırım yapmaktan geçiyor. FMCC gibi bazı sektörler bu alanda çok daha aktif ve baskın bir şekilde yer alıyor olsa da, oyun sektörü aslında her sektöre ve markaya uygun fırsatlar sunabiliyor. Otomotivden bankacılığa, telekomdan perakendeye kadar birçok sektör, oyun ekosistemi içindeki farklı alanlarda yer alarak hedef kitleyle etkileşime geçebilir ve uzun vadeli marka sadakati oluşturabilir. Önemli olan, markaların oyun dünyasının dinamiklerini doğru anlayarak, kendi kimliklerine en uygun şekilde bu alanda varlık göstermeleridir.



Oyun Dünyasında Markalar



Oyun Dünyasında Markalar

Oyun Dünyasında Markalar İçin Yer Alan Farklı Dinamikler

Promosyon Oyun Kodu Kampanyaları	Oyuncuya Yönelik Yaratıcı Fikirler
Oyun İçi Ürün Yerleştirme	Oyunlaştırma
İnteraktif Oyun İçi Paneller	Büyük Ortaklıklar / Projeler
Oyun İçi Özelleştirilmiş Ürünler	IP Hakları ve Lisanslama
Oyun İçi Özelleştirilmiş Etkinlikler	Markaya Özel Oyunlar
Oyunların Sosyal Medya / Web Sitesi Gibi Kanallarının Kullanımı	Streaming Platformlarının Kullanımı (Proje / Reklam)
Espor: Lig ve Turnuva Sponsorlukları	Discord vb. İletişim Platformlarının Kullanımı (Proje / Reklam)
Espor: Takım ve Oyuncu Sponsorlukları	Endemik Markalarla İş Birlikleri
Espor: Markaya Özel Turnuvalar	Oyun Sektörüne Yönelik İçerik Üretimleri
Ortak Etkinlik / Fuar Katılımları (B2B / B2C)	AR ve VR Projeleri
Oyun İçi Programatik Reklamlar / Reklam Alanları	Eğitim ve Akademik İş Birlikleri
Oynanabilir Reklamlar	Blockchain Oyunları İle Kurgular

Bu liste, markaların oyun dünyasında nasıl konumlanabileceklerini daha iyi anlamalarına yardımcı olmak için hazırlanmıştır. Oyun sektörü, dinamik ve sürekli gelişen bir ekosistem olduğundan, burada yer alan iş birlikleri ve entegrasyon fırsatları farklı isimlerle anılabilir ya da markaların hedeflerine göre özelleştirilebilir. Önemli olan, markaların hedef kitleleriyle en etkili şekilde etkileşime geçebileceği, özgün ve oyuncu dostu yaklaşımlar geliştirmesidir. Her marka için en doğru strateji, oyun dünyasının sunduğu imkanları yaratıcı bir şekilde değerlendirerek, oyuncuların ilgisini çekecek deneyimler oluşturmak olacaktır.

Oyun Dünyasında Markalar

Oyunlar eğlence ve medya sektörünün trend yapısını giderek daha fazla şekillendirirken, şu an için açık ara en iyi etkileşim ve içerik üretimini dönüştürme potansiyelli formlardan birisi konumunda. Ürün lisanslama, fiziksel etkinlik birliktelikleri, video içerik üretimi, spor endüstrisinde gençlerle spor kulüplerini buluşturma gibi fikirlerin hayata geçtiği bir ilgi alanı. Yıllardır ödüllü işlerle, yıllarca süren yatırımlarla lovemark olmaktan, sosyal sorumluluğa her türlü marka çalışmasında tercih edilen video oyun endüstrisi, sürekli genişleyerek daha fazla insanı etkisi altına alan bir kasırga haline geldi. Ciddi bir ivmeyle artan oyun odaklı iletişim ve pazarlama faaliyetleri, sektörde sıkça kullanılan iki IP'nin birleştiği işlerin tarifinin kısaltması diye özetleyebileceğimiz 'collab'ler etrafında da yarışlar yokmuşçasına gaza basarak yol alıyor.

Uzun yıllardır markaların oyunlara yönelik tüketim ürünlerdeki kampanyaları, etkinlik sponsorlukları, zaman zaman gördüğümüz oyun içi konumlandırmalar gibi alanlardaki işbirlikleri giderek derinleşti. **Spordan sonraki en büyük eğlence sektörü** olan oyun pazarında birbirinden farklı formlarda hayat bulan bu buluşmaların popülaritesi, yazının sonunda değineceğimiz, oyunların VOD alanındaki trendlerin de liderlerinden biri haline gelmesini ve transmedya işlerindeki yeni kapıların açılmasını sağladı.

Temel Reis'in World of Warships'de, **Top Gun**'in Microsoft Flight Simulator'da, **The Boys**'un Call Of Duty: Warzone'da gözükmesi gibi sinema/tv sektörü için artık kulağa normal gelen birlikteliklere, kendisi dev bir marka haline gelmiş sanatçıların da "içerik" olarak dahil olduğu ünlülerin oyunlarda satış artırma odaklı kullanımı gibi güçlü trendler eşlik ediyor. **Bruce Lee**'nin PUBG Mobile'a, **Travis Scott**'in Fornite'a konuk olması ya da **Nicki Minaj & Snoop Dogg** gibi Amerikan müzik endüstrisinin yıldız isimlerinin direkt kendi oynanabilir karakteriyle Call of Duty serisinde boy göstermesi de hızla normalleşen oyun içerik trendlerinden birisi oldu. Öyle ki **Van Gogh Müzesi**'nin 50. Yılına özel konuk olarak gelen Pokemon ziyaretçilerin izdihamıyla karşılandı.



EREN GÜNCÜ
0 PING
CO-OWNER
CO-HOST



Oyun Dünyasında Markalar

Tüm dünyada oyun sektörüyle farklı alanlardaki markaların birliktelikleri hız kesmeden artış gösteriyor. Blizzard'ın sektörün mihenk taşı oyunlarından Diablo serisinin son oyunu olan Diablo 4'ün Danimarka'nın sıra dışı giyim markası Han Kjøbenhavn ile olan çalışması, Xbox'ın İngiliz mücevherat firması Serge DeNimes ile birlikteliği ile oyunlardaki kimliğimizi fiziksel dünyaya çıkartan adımların yanında, Balmain, Gucci, Burberry, Dolge & Gabbana gibi lüks moda markalarının kimliklerini dijital dünyanın içine getirmesi gibi haberler ise zaten yıllar içerisinde, şartırcı olmaktan çıkıp normal karşılanır oldu.

Türkiye'de daha çok FMCG, giyim, global lansmanların Türkiye ayakları gibi limitli alanlarda sıkışmış bir işbirliği kullanımı mevcut. Aslında havayolları, futbol forması sponsorlukları, uluslararası ödül törenleri gibi pek çok farklı alanda global arenada boy gösteren ve ciddi meblağlarda harcayan markalar, globalde boy gösteren diğer rakiplerinin adeta aralarında yer tutmak için kapıştığı oyunlara yeterince nüfus edebilmiş değil. Projeler, stratejiler, sezonluk, çeyreklik, on/off bakıp çıkmalı, son çeyrekte elde kalan bütçenin denemelik işlerde harcanması gibi modellerin çoğunluğu oluşturduğu şekilde ilerliyor.

Kendilerinden bahsederken "gamer" denilen segmentasyonun, genç nüfusu kapsayan bir alt kırılımla kategorilemenin mümkün olmadığı kadar geniş (Mobil oyuncuları dışarda bıraktığımızda dahi, Newzoo'ya göre 1.5 Milyar, Statista'ya göre 1.8 Milyar kişi) bir grubu kapsadığı mevcut durumda, markaların bu etiketle hedeflenen kişiler için güncel verilere sahip olup olmadığını bir analiz etmesinde fayda olduğunu söylemek gerekir. Oyun oynayanlar, sosyal medyada geçirdikleri kadar hatta daha fazla zamanı, oyun oynamaya veya oyun içeriklerini tüketmeye ayıran bir topluluktur. Ve bunu çok fazla farklı motivasyon ve tarzda tüketim şekilleriyle ve başka bir eğlence sektöründe olmayan sayıda etkileşim yöntemleriyle yapan, tepkileri rahatça ölçülebilen, oyuncular, buna rağmen hala hedefleme gruplarında niş ve genç bir kitle olarak gören markaların gözünden uzaklarda **toplumun kendisi gibi kimlik değiştirmeye devam ediyor.**



EREN GÜNCÜ

O PING
CO-OWNER
CO-HOST



Oyun Dünyasında Markalar

Fakat bu noktada içeriği sağlayan platformlar çok daha atik ve dikkatli gözlerle son yıllarda durmadan oyun uyarlamalarını, video üretim süreçlerinin odağındaki başlıca kategoriler arasına koymaya başladı. 2023'ü dünya çapında gişe sıralamasında 2. sırada tamamlayan ve 1.3 Milyar doları aşan gişeye sahip The Super Mario Bros, hatırı sayılır bir gişe ile yine yılın 2023'ün en çok izlenen sinema yapımlarından Dungeons & Dragons: Honor Among Thieves, 2024'te gişede 500 milyon dolara yaklaşan Sonic, Riot Games'in 4'ü Emmy olmak üzere 22 ödül alan, Netflix'te yer alan çizgi dizisi Arcane, Amazon'un yine Emmy ödüllü ve platformun kendi tarihinin en çok izlenen işlerinden olan Fallout, HBO'nun 8 Emmy dahil 92 televizyon ödülü kazanan ve yeni sezonu inanılmaz bir merakla beklenen oyun uyarlaması The Last of Us en çok konuşulan işlerden bazıları.

Film stüdyoları ve içerik platformlarının ardı ardına ekranlara getireceği, The Sims, Minecraft, Duke Nukem, God of War, Death Stranding, Ghost of Tsushima, Dredge, It Takes Two, Sifu gibi sıraya dizilmiş 50'nin üzerindeki oyunlardan uyarlama proje, sektörün gişe ve abonelik kazanımı açısından en çok umut bağladıkları işler arasında oyun adaptasyonlarının olduğunu gösteriyor.



EREN GÜNCÜ
O PING
CO-OWNER
CO-HOST



Oyun Dünyasında Markalar

Bu noktada Türkiye'deki markaların önünde örnek olması gereken birbirinden başarılı çok sayıda işbirliği modeli olduğunu görebiliyoruz. Üstüne üstlük Türkiye son 5 yılda mobil, son 2 yılda da bilgisayar oyunları üretiminde inanılmaz bir ivme yakalamış ve global anlamda gelir getiren, takdir edilen işler üretmeyi arttırırken daha da uyanık olmakta fayda var.

Sadece global işbirlikleri olasılıklarını değil, oyuncuların çok yakından takip ettiği Türk menşeli işlerde de farklı ölçeklerde yapılabilecek işbirliklerini düşünmek için de sebepler ortaya çıkıyor. Bugün abonelik modeline sahip içerik platformlarda çokça izlenen işlerde oyuncuları rahatsız etmeden yapılabilecek yerleştirmeleri, niye düşünmüyoruz sorusunu şöyle bir ortaya bırakayım.

Tüm dünyadaki oyun severlerin ve hatta sektörde iş yapan markaların bütçe ve etkinlik önceliklerini etrafında şekillendirmeyi beklediği GTA VI gibi fenomenlere kayıtsız kalmayı ya da tamamıyla terziden çıkma oyun deneyimlerini entegre edebileceğiniz aktivasyonların etrafında bir planlama düşünmemeyi, neredeyse 'işin doğasına aykırı' olarak nitelemek durumundayım.

Doğru zamanlamayla, illa çok büyük bütçeli değil, bütçesi doğru kalemlerle detaycı planlanmış, ayakları yere basıp gerçekçi mesajları, dışardan anlaması zorlu ama gönülden bağ kurmayı seven bir topluluğa gösterecek tüm markaların "biz buraları denedik ama.." diyerek masadan kalkmayacağına emin olduğum bu alanda kendine daha çok yer bulması dileğiyle.



EREN GÜNCÜ
O PING
CO-OWNER
CO-HOST



Oyunların İçinde Markaların Gücü

Dijital reklamcılığın her geçen gün değiştiği bir dönemdeyiz. Geleneksel mecralardan dijitale, oradan da etkileşimli platformlara kayan medya yatırımları, markalar için yeni fırsatlar doğuruyor. Türkiye'de medya ve reklam yatırımları 2024'ün ilk yarısında 110 milyar TL'yi aşarken, dijital medya yatırımları bu büyümenin en büyük payına sahip oldu. Ancak dijitalin sınırları artık sabit değil. Oyun ekosistemi, markaların kullanıcılarla kurduğu bağı dönüştüren, alışılmış reklam modellerini yeniden şekillendiren bir alan olarak yükseliyor.

Portuma, Türkiye'de oyun içi reklamlarda sektörde fark yaratabilmek için çalışmalarına devam ediyor. 2023 yılında Unity Verified Solution sertifikasını alarak oyun geliştiricileri için güvenilir bir entegrasyon aracı haline gelen Portuma, bu yıl ise Microsoft for Startups Founders Hub'a kabul edilerek global ölçekli bir teknoloji şirketi olma yolunda önemli bir adım attı.

Oyunların Gücünü Reklamla Buluşturmak Artık Çok Önemli!

Portuma'nın sunduğu oyun içi reklam modelleri, geleneksel reklamcılığın temel problemlerini çözmek üzerine kurulu. Oyun sırasında gösterilen banner ve sesli reklamlarla, kullanıcı deneyimini bozmadan markaları oyuncularla buluşturuyoruz. Geleneksel reklamlar kullanıcıları oyundan koparıırken, Portuma'nın reklamları oyun dünyasının bir parçası haline geliyor.

Türkiye'de dijital medya yatırımlarının büyük kısmı mobil ve video içeriklere yönelse de, oyun içi reklamcılık markalar için henüz tam olarak keşfedilmemiş bir alan. Türkiye gerçekten de platform bağımsız (PC, Konsol, Mobil) tam bir oyuncu ülkesi. Bu veriler, oyun içi reklamcılığın çok yönlü platformlarda büyük bir erişim potansiyeli taşıdığını gösteriyor.



**OZAN EMRAH
ÜNAL**
PORTUMA
FOUNDER & CEO



Oyunların İçinde Markaların Gücü

Portuma sadece reklam alanı sunan bir platform değil, aynı zamanda blockchain tabanlı bir ekonomi. Portuma Connect uygulaması, oyuncuların oyun içi kazançlarını gerçek dünyada harcamalarına olanak tanıyor. Getir, Biletix, YouTube Premium gibi markalarla yapılan iş birlikleri sayesinde oyun oynayarak kazanılan Portoken'ler, kullanıcılar için somut bir değere dönüşüyor.

Portuma olarak, küresel ölçekte büyümeye devam ederken ABD ve İngiltere'de ofislerimizi açmaya hazırlanıyoruz. Bu adım, Portuma'nın global oyun içi reklamcılık ekosisteminde önemli bir oyuncu olma vizyonumuzun bir parçası. Bu sayede uluslararası markalar ve oyun geliştiricileriyle daha güçlü iş birlikleri kurarak sektördeki etkimizi genişleteceğiz.

Dijital reklamcılığın geleceği, kullanıcı deneyimini bozmadan markalarla etkileşim kurabilmekte yatıyor. Oyun sektörü, bu alandaki en büyük potansiyellerden birini sunuyor. Umarım ki Portuma olarak, bu dönüşümün öncülerinden biri olmaya devam eder ve oyun içi reklamcılığın gelişmesinde rol oynarız.

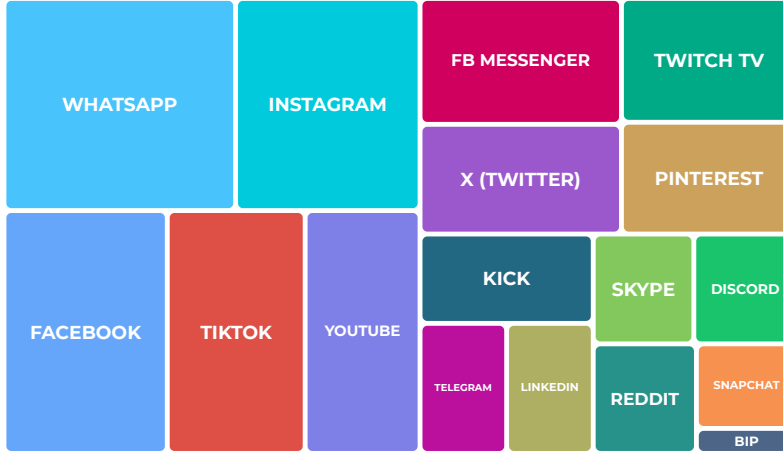


**OZAN EMRAH
ÜNAL**
PORTUMA
FOUNDER & CEO

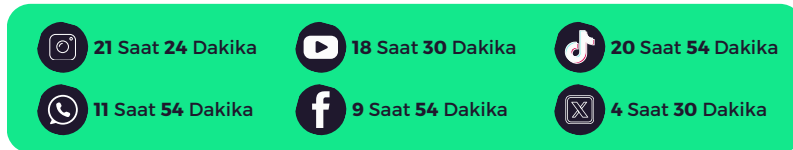


Türkiye'de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Türkiye'de En Çok Kullanılan Sosyal Medya ve Mesajlaşma Aplikasyonları



Türkiye'deki kullanıcıların, sosyal medya platformlarında Android cihazlarını kullanarak harcadıkları aylık ortalama süreler.



En Çok İndirilenler

	Instagram
	TikTok
	WhatsApp Messenger
	Telegram
	Snapchat
	Weply
	Facebook
	Pinterest
	X
	TopTop

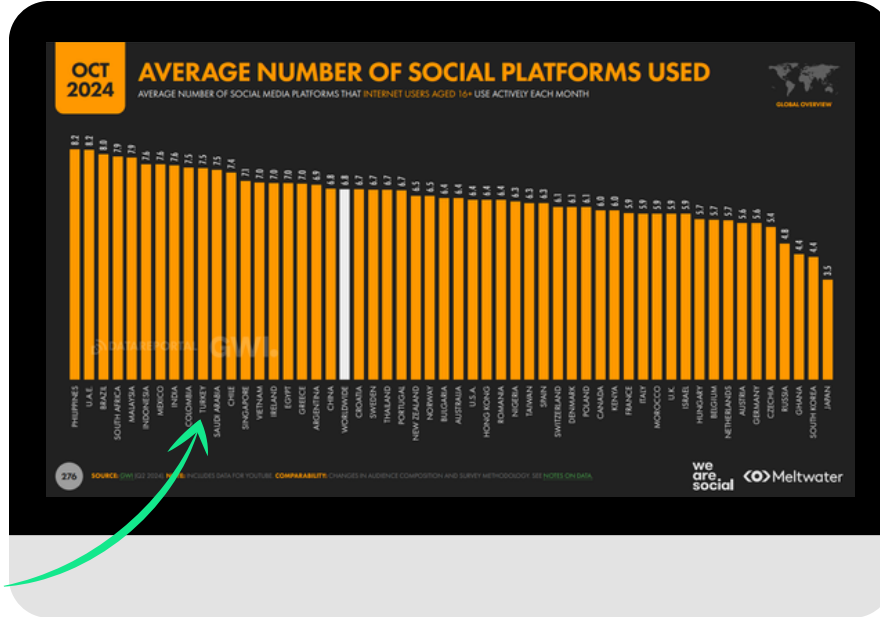
Aylık Ortalama Kullanılan Sosyal Medya Platformu

Demografik Dağılım



Türkiye'de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Türkiye, tüm dünyada en çok sosyal medya platformu kullanan 10. ülke konumunda iken; Filipinler, Birleşik Arap Emirlikleri, Brezilya, Güney Afrika, Malezya, Endonezya, Meksika, Hindistan ve Kolombiya ise ilk 9 ülke konumunda bulunuyor.



Türkiye'de Sosyal Medya Kullanımının Ana Nedenleri

Ana Nedenler	Kullanım Yüzdeleri
Aile ve arkadaşlarla iletişimde kalmak	%53
Haberleri okumak	%52,7
Boş zamanları değerlendirmek	%47,3
İçerik bulmak (Makale, video vb.)	%34
Satın alınacak ürünler bulmak	%33,9
Yapılacak veya alınacak şeyler için ilham bulmak	%33,1
Başkaları ile fikirlerini paylaşmak ve tartışmak	%28,4
Sporları takip etmek veya izlemek	%26
Favori markalarının içeriklerini görmek	%25,8
Canlı yayınları izlemek	%25,3
Cüendemi takip etmek	%24,7
İş ile ilgili araştırma veya network yapmak	%24,1
Kişisel hayatı hakkında paylaşım yapmak	%22,2
Benzer ilgi alanlarına sahip topluluklar bulmak	%19,5
Ünlüleri veya influencerları takip etmek	%19,5



Türkiye'de Takip Edilen Sosyal Medya Hesaplarının Türleri

Hesap Türleri	Kullanım Yüzdeleri
Arkadaşlar, aileler ve tanıdık insanlar	%48,4
Alışveriş yapılan firmalar ve markalar	%36,1
Alışveriş yapmanın düşünüldüğü firmalar ve markalar	%33,2
TV kanalları veya programları	%26,1
Eğlence, meme veya parodi hesapları	%24,4
Spor takımları ve sporcular	%24,2
Oyuncu, komedyen veya diğer sanatçılar	%23,9
Gazeteciler veya haber şirketleri	%22,9
Restoranlar, şefler veya yemek influencerları	%22
Gruplar, şarkıcılar veya diğer müzisyenler	%21,8
İş ile bağlantılı iletişim bilgileri	%19,3
Politikacılar, kraliyet mensupları veya diğer itibarlı kişiler	%18,1
İş ile bağlantılı şirketler	%17,1
Seyahat yazarları veya firmaları	%16,9
Güzellik uzmanları	%16,8



Türkiye'de İnternet Kullanımının Ana Nedenleri

Ana Nedenler
Bilgi bulmak
Haberler ve olaylardan haberdar olmak
Bir şeyleri nasıl yapacağını araştırmak
Yeni fikirler veya ilham bulmak
Ürün veya markaları araştırmak
Aile ve arkadaşlarla iletişimde kalmak
Oyun
Video, TV programları veya filmler izlemek
Müzik dinlemek ve müzik içeriklerine erişmek
Boş zaman geçirmek ve genel internet gezintisi
Eğitim veya ders çalışma ile ilgili amaçlar
Finans ve birikim yönetimi
Mekan, tatil veya seyahat aramaları
İş ile ilgili aramalar
Sağlık sorunlarını ve sağlık ürünlerini araştırmak



HABERLER

BİLGİ

VIDEO

MARKA

İLETİŞİM

OYUN



Türkiye'de İnternet Kullanımı İle İlgili Önemli Başlıklar

- 16-74 yaş grubundaki bireylerin %88,8'i internete bağlıyor.
 - Cinsiyete göre İnternet kullanım oranı; Erkek %92,2 - Kadın %85,4
- Türkiye'de internet kullanıcılarının günlük ortalama internet kullanımı
 - 6 Saat 51 Dakika
 - 4 Saat 03 Dakika Mobil Üzerinden
 - 2 Saat 48 Dakika PC Üzerinden
- Türkiye'de internet kullanıcılarının günlük internet kullanımı %65,6 oranında mobil cihazlarla, %34,4 oranında bilgisayarlarla gerçekleşmekte.
- Mobil telefon kullananların neredeyse hepsi internete bağlı, bilgisayar kullananların da %60-65'i internete bağlıyor.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %25'inden fazlası Netflix, Prime TV gibi abonelik tabanlı streaming hizmeti sunan platformlara abone.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %48'i internet üzerinden müzik dinliyor. (Spotify, YT, Shazam vb.)
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %35,5'i online çeviri programları kullanıyor.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %55,5'i öğrenme ve eğitim amaçlı videolar izliyor.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %95,4'ü haftalık olarak konu bağımsız video içerik izliyor.



Türkiye'de İnternet Kullanımı ile İlgili Önemli Başlıklar

- Türkiye'de internet kullanıcılarının oldukça az bir kısmı yani % 18'i podcast dinliyor.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %26,3'ü kripto para birimine sahip.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %56,3'ü markaların sosyal medya hesaplarına bakarak incelemelerde bulunuyor, paylaşımları takip ediyor. %75,6'sı da satın almayı düşündükleri ürünleri yine sosyal medya hesapları üzerinden inceliyor. (Instagram bu alanda en üst sırada.)
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %12'si internet fenomenlerini ve sosyal medya hesaplarını (influencer) takip ediyor.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %50'si yeni haberleri almak için interneti kullanıyor.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %57,9'u her hafta internet üzerinden alışveriş yapıyor. Dünyada bu konuda 10. sıradayız. (Geçen sene 4. sıradaydık.)
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %34,9'u her hafta internet üzerinden market alışverişi yapıyor. Dünyada bu konuda 4. sıradayız.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %65,4'ü her ay internet üzerinden dijital içerik satın alıyor.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %32,8'i akıllı saate sahip.
- Türkiye'de internet kullanıcılarının %30,9'u VPN kullanıyor. Dünyada bu konuda 4. sıradayız.

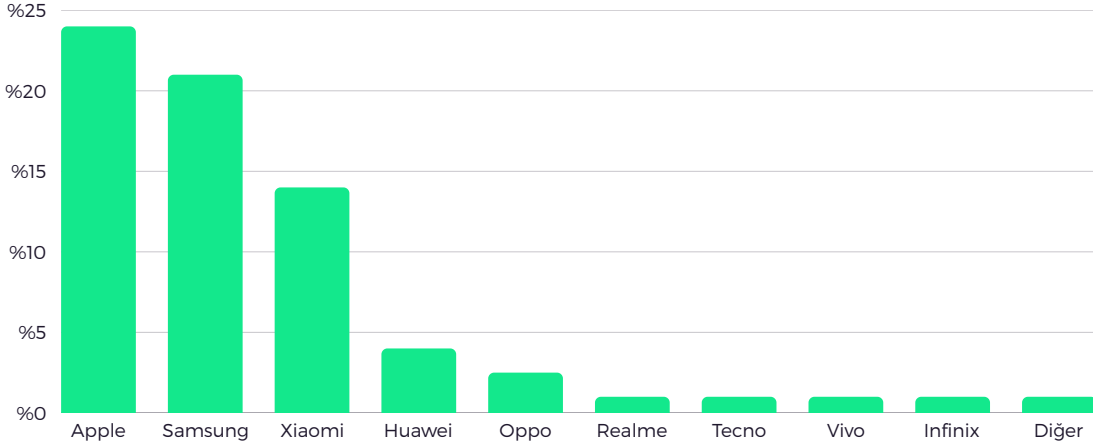


Türkiye'de En Çok Tercih Edilen Markalar

Mobil Telefon

BTK 2024 Pazar Verileri Raporu 2. Çeyrek Markalara Göre IMEI Kaydı Yapılan Mobil Cihaz Adedi raporuna göre, 2024 yılının ikinci çeyreği incelendiğinde 2,4 milyonu aşkın mobil cihazın IMEI kaydının yapıldığı görülmekte olup marka bazında değerlendirildiğinde bu cihazların büyük bir kısmını Apple ve Samsung markalarının geliştirdiği ürünlerden oluşmaktadır.

Statcounter verileri de benzer rakamları önümüze sermekte. Türkiye'de mobil telefon pazarında Apple %24 pazar payı ile lider durumda, onu Samsung %21 ve Xiaomi %14 ile takip ediyor. Bununla beraber Türkiye'deki kayıt dışı cihazların, marka etiketi olmayan ürünlerin de oldukça yüksek bir yüzdeye sahip olduğu gözlemlenmektedir.

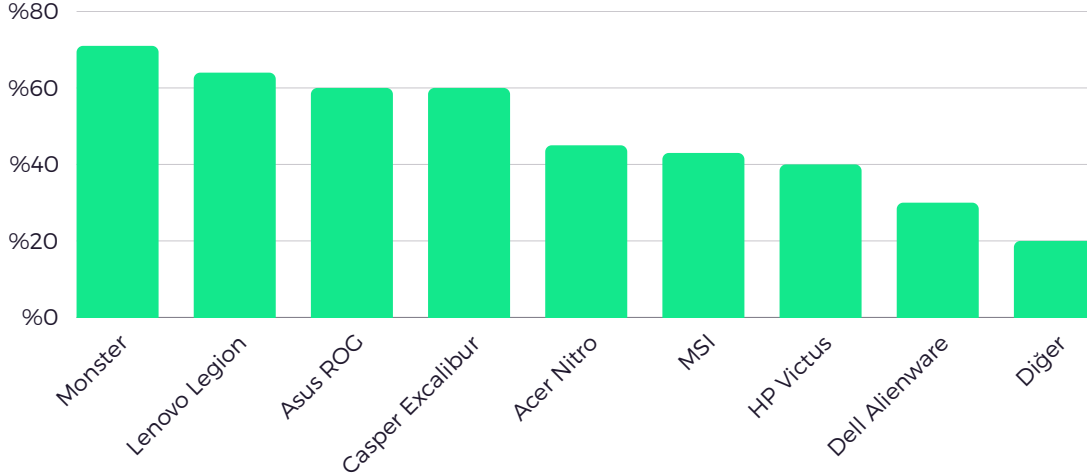


Türkiye'de En Çok Tercih Edilen Markalar

Oyun Bilgisayarları

Oyun dünyasında performans ve dayanıklılık, oyuncuların bilgisayar tercihlerinde kritik rol oynuyor. Türkiye'de Monster, Lenovo, Asus, Casper, Acer, MSI ve HP gibi markalar, geniş bilinirlik oranları ve kullanıcı güveniyle öne çıkıyor. Bu liste, oyuncuların tercih ettiği markaları ve sektördeki rekabetin dinamiklerini ortaya koymaktadır.

Bilinirlik - Oyuncu Bilgisayarı



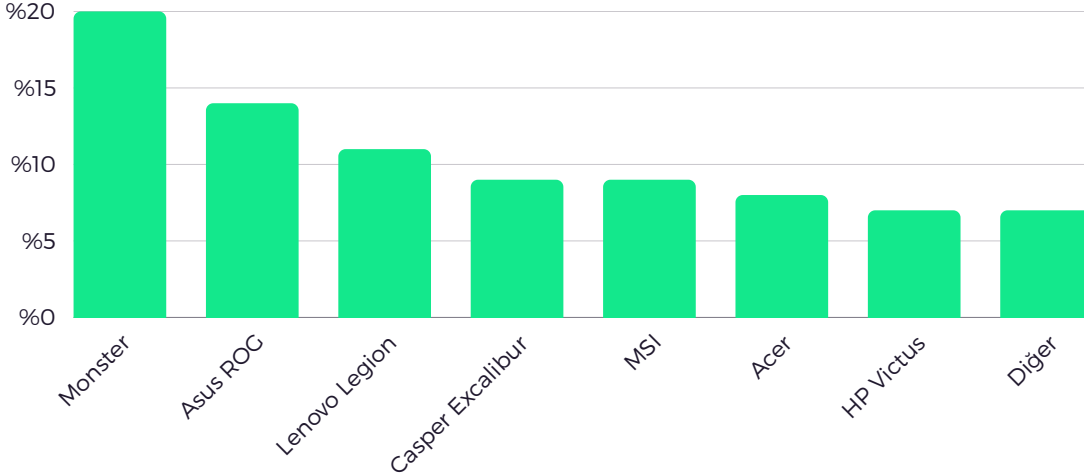
Metodoloji: Marketing Türkiye için VeriNays tarafından gerçekleştirilen 2024 Gamer Dünyası araştırması, 15-45 yaş arası, Türkiye geneli illerde ikamet eden, mobil, PC veya konsoldan oyun oynayan 400 kadın (yüzde 25) ve erkek (yüzde 75) ile gerçekleştirildi. Görüşmeler CAPI data toplama yöntemiyle yapıldı. (Araştırmada çıkan listelere eklemeler yapılmıştır.)

Türkiye'de En Çok Tercih Edilen Markalar

Oyun Bilgisayarları

Oyun dünyasında performans ve dayanıklılık, oyuncuların bilgisayar tercihlerinde kritik rol oynuyor. Türkiye'de Monster, Lenovo, Asus, Casper, Acer, MSI ve HP gibi markalar, geniş bilinirlik oranları ve kullanıcı güveniyle öne çıkıyor. Bu liste, oyuncuların tercih ettiği markaları ve sektördeki rekabetin dinamiklerini ortaya koymaktadır.

Sahip Olma - Oyuncu Bilgisayarı

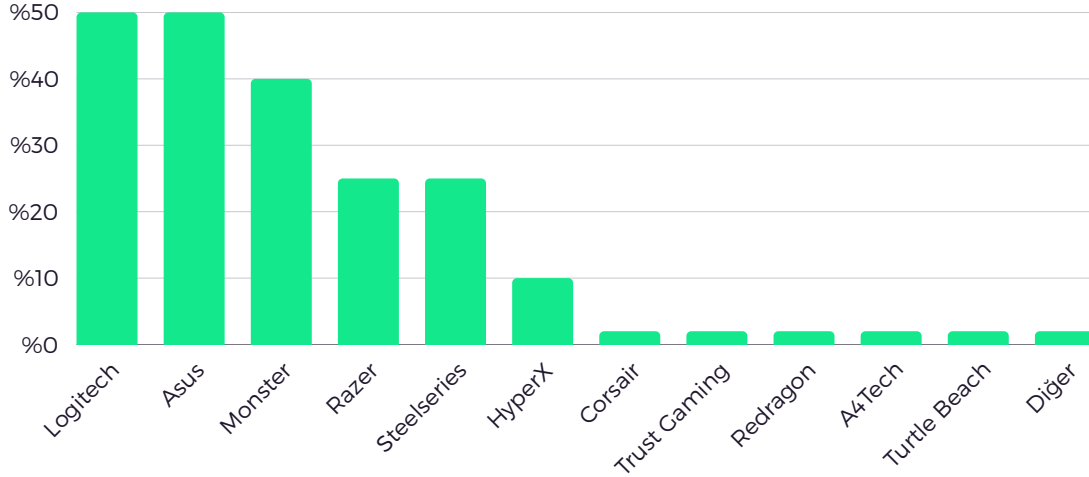


Metodoloji: Marketing Türkiye için VeriNays tarafından gerçekleştirilen 2024 Gamer Dünyası araştırması, 15-45 yaş arası, Türkiye geneli illerde ikamet eden, mobil, PC veya konsoldan oyun oynayan 400 kadın (yüzde 25) ve erkek (yüzde 75) ile gerçekleştirildi. Görüşmeler CAWI data toplama yöntemiyle yapıldı. (Araştırmada çıkan listelere eklemeler yapılmıştır.)

Türkiye'de En Çok Tercih Edilen Markalar Oyuncu Ekipmanı

Türkiye'de oyuncu ekipmanı denince akla gelen ilk markalar arasında Logitech, Monster ve Asus öne çıkmaktadır. Bu markalar, geniş ürün yelpazesi ve yüksek performans odaklı teknolojileriyle kullanıcıların güvenini kazanmıştır. Pazar payları tam bilinmese de, HyperX, Corsair, A4Tech gibi farklı markalar da oyuncular tarafından takip edilmektedir.

Bilinirlik - Oyuncu Aksesuarı / Ekipmanı

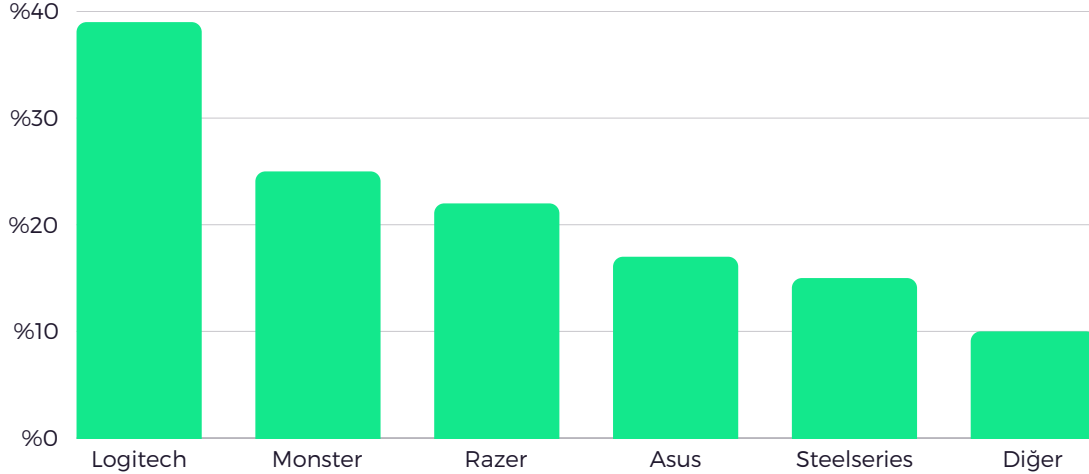


Metodoloji: Marketing Türkiye için VeriNays tarafından gerçekleştirilen 2024 Gamer Dünyası araştırması, 15-45 yaş arası, Türkiye geneli illerde ikamet eden, mobil, PC veya konsoldan oyun oynayan 400 kadın (yüzde 25) ve erkek (yüzde 75) ile gerçekleştirildi. Görüşmeler CAWI data toplama yöntemiyle yapıldı. (Araştırmada çıkan listelere eklemeler yapılmıştır.)

Türkiye'de En Çok Tercih Edilen Markalar Oyuncu Ekipmanı

Marka bilinirliğinin yanı sıra, oyuncular arasında sahiplik oranları da aslında bir o kadar dikkat çekici. Burada sıralama değişiyor; Logitech ve Monster, oyuncu ekipmanı sahipliği açısından öne çıkarken, Razer ve Asus da önemli bir kullanıcı kitlesine sahip. Bu sonuçlar, markaların kullanıcıların ihtiyaçlarına uygun ürünler sunarak güven kazandığını göstermektedir.

Sahip Olma - Oyuncu Aksesuarı / Ekipmanı



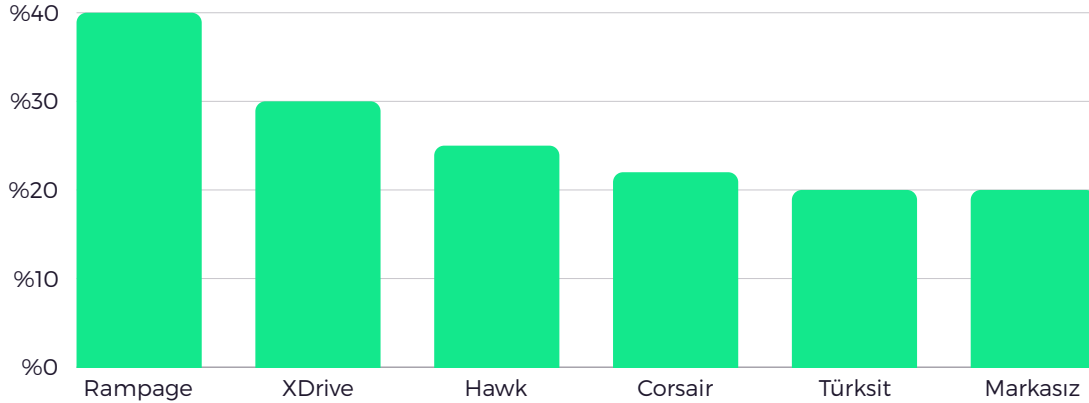
Metodoloji: Marketing Türkiye için VeriNays tarafından gerçekleştirilen 2024 Gamer Dünyası araştırması, 15-45 yaş arası, Türkiye geneli illerde ikamet eden, mobil, PC veya konsoldan oyun oynayan 400 kadın (yüzde 25) ve erkek (yüzde 75) ile gerçekleştirildi. Görüşmeler CAWI data toplama yöntemiyle yapıldı. (Araştırmada çıkan listelere eklemeler yapılmıştır.)

Türkiye'de En Çok Tercih Edilen Markalar

Oyuncu Koltuğu

Oyuncu koltukları denince Türkiye'de Rampage, XDrive, Hawk ve Corsair markaları öne çıkmaktadır. Ergonomik tasarımları, dayanıklılıkları ve şık görünümleriyle bu markalar, oyuncuların dikkatini çekmektedir. Bel ve boyun desteği gibi özellikler, oyuncuların seçimlerini etkileyen en önemli faktörler arasında yer almaktadır. Her bütçeye hitap eden farklı fiyat segmentlerindeki ürünleriyle bu markalar, geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşmaktadır. Bunların yanı sıra Cougar, Steelseries ve Razer gibi markalar da Türkiye'de bilinirliği ve kullanımı artan oyuncu koltukları arasında yer almaktadır.

Marka Bilinirliği - Oyuncu Koltuğu



Metodoloji: Marketing Türkiye için VeriNays tarafından gerçekleştirilen 2024 Gamer Dünyası araştırması, 15-45 yaş arası, Türkiye geneli illerde ikamet eden, mobil, PC veya konsoldan oyun oynayan 400 kadın (yüzde 25) ve erkek (yüzde 75) ile gerçekleştirildi. Görüşmeler CAWI data toplama yöntemiyle yapıldı. (Araştırmada çıkan listelere eklemeler yapılmıştır.)

Türkiye'de Satın Almayı Etkileyen Kriterler

Oyuncuların, ürün satın alımlarını en çok etkileyen konuların başında fiyat-performans kriteri geliyor, ki bu da bir oyuncu gibi düşündüğünüzde ve Türkiye'deki ekonomik şartlara göre oldukça normal.

Satın Almayı Etkileyen Kriterler

- Uygun Fiyat / Performans ve Kampanya
- Marka Güveni ve Kalitesi
- Tasarım
- Arkadaş ve Çevre Tavsiyesi
- Teknik Özellikler ve Özelleştirilebilirlik
- Ürün Hakkında Yapılmış Olumlu / Olumsuz Yorumlar
- Ürün Puanı (Satın Alım Yapılan Platformlardaki)
- İnceleme Videoları / Bloglar (Influencer'lar / Teknoloji Kanalları ve Siteleri)
- Destek / Müşteri Memnuniyeti
- Satış Sonrası Hizmetler
- Teslimat ve Lojistik
- Ödeme Kolaylığı / Ödeme Seçenekleri
- Yerel Marka Desteği
- Çevre Dostu Ürünler
- Reklamlar ve Pazarlama

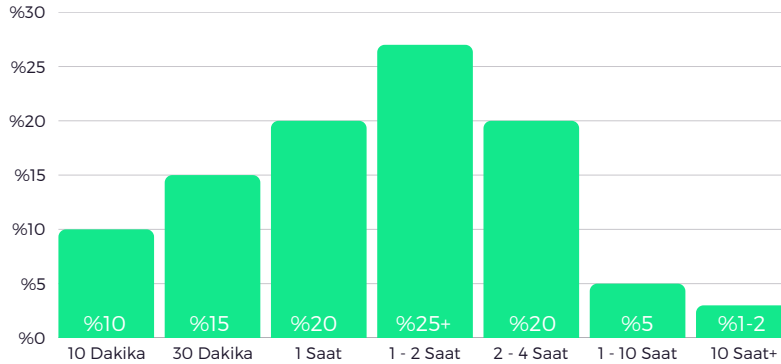


Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

Türkiye'de neredeyse her yaştan kitle mobil oyun oynamaktadır. Türkiye'deki mobil oyuncuların demografik özelliklerine baktığımızda 18-44 yaş grubundaki oyuncuların Türkiye'deki mobil oyun kullanıcılarının büyük bir bölümünü oluşturduğunu görmekteyiz. (ilk sırada 25-34 yaş, ikinci sırada 18 - 24 yaş, üçüncü sırada ise 35 - 44 yaş aralığı)

Aynı zamanda mobil oyunlar, hem çok farklı türden içerikleri barındırması hem de yer ve zaman fark etmeksizin kolaylıkla oynanabildiğinden dolayı farklı yaş gruplarına da hitap etmektedir.

Günlük Olarak Mobil Oyuna Ayrılan Zaman



Yaş Aralığı

18 - 24 yaş	%25 - 30
25 - 34 yaş	%35 - 40
35 - 44 yaş	%25 (+ / -)
45 - 65 yaş	%10 (+ / -)

Bu konuda sınırlı bilgiler olduğu için ortalama veriler girilmiştir. Veriler hesaplanırken çalıştığımız oyun firmalarının oyuncularının demografik bilgilerinin ortalamaları baz alınmıştır. Ortalamalar alınırken farklı oyun ve oyuncu tipleri ayıştırılmamış genel bir ortalama alınmıştır. Oyun türüne göre yaş ve cinsiyet yüzdeleri farklılık gösterebilmektedir.



Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

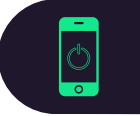
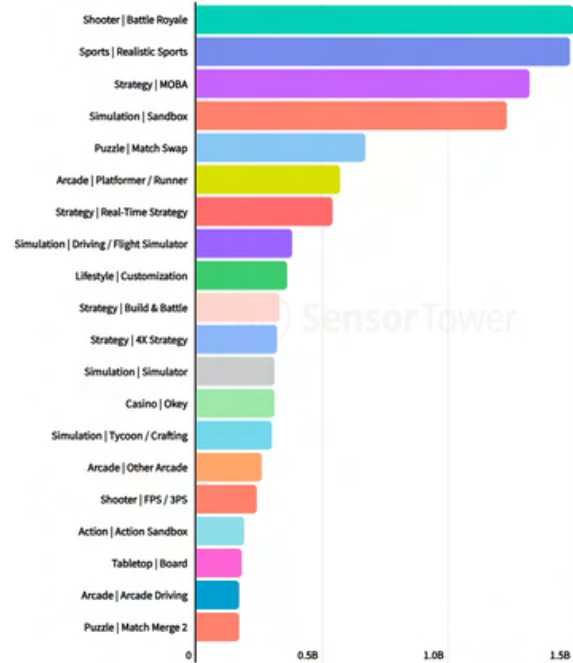
2024 yılında Türkiye'de mobil oyunlarda en çok zaman geçirilen kategori Shooter | Battle Royale oldu.

Oyuncuların toplam süresinin %10,47'sini alan bu türde, PUBG Mobile rekabetçi ve sürükleyici yapısıyla ilk sırada yer alıyor. Hemen ardından %10,37'lik payla Spor | Gerçekçi Sporlar geldi ve EA SPORTS FC™ Mobile Soccer, futbolseverlerin favorisi konumunda.

Üçüncü sırada ise %9,26 ile Strateji | MOBA oyunları yer aldı. Brawl Stars, bu kategoride geniş bir oyuncu kitlesi toplarken, yaratıcı ve keşfetmeye dayalı oyunları tercih eden kullanıcılar için %8,60 payla Simülasyon | Sandbox dikkat çekti.

Bu türde özellikle Roblox, Türkiye'de yasaklı durumda olsa da hala oyuncuların vazgeçilmez durumunda. Veriler, Türk oyuncuların hem rekabetçi, çok oyunculu oyunlara hem de daha rahatlatıcı ve gündelik oyunlara dengeli bir ilgi gösterdiğini açıkça ortaya koyuyor.

En Çok Zaman Ayrılan Oyun Alt Türleri



Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

Türkiye'deki mobil oyuncuların en sevdiği oyun türlerine baktığımızda ufak sıralama farklılıkları olsa da genel olarak hem iOS hem de Android'de benzer tercihleri görmekteyiz.

Neden Mobil Oyun Oynuyorlar?

- Eğlence
- Rahatlık Hissi / Stresi Azaltması
- Özgür Hissettirmesi
- İlerleme / Geliştirme / Ustalaşma
- Yaratma Hissi / Yaratıcılık
- Başarı / Ödüller ve Kazanımlar
- Sosyalleşme / Arkadaşlık
- Yeni Teknolojileri Keşfetme
- Eğitim ve Öğrenme

Kişisel İlgi Alanları ve Eş Zamanlı Etkinlikler

- Müzik Dinlemek
- Televizyon İzlemek
- Sosyal Medya
- Film / Dizi
- Çevrimiçi Video İzlemek
- Podcast Dinlemek
- Arkadaşlarla Sohbet Etmek

(Sıralama, indirme sayılarına göre belirlenmiştir.)

ANDROID - Kategori	IOS - Kategori
Strateji	Strateji
Aksiyon	Aksiyon
Board	Simülasyon
Gündelik	Gündelik
Spor	Rol Yapma
Rol Yapma	Puzzle
Puzzle	Kart
Macera	Board
Kart	Spor
Simülasyon	Macera
Casino	Casino
Arcade	Aile
Yarış	Yarış
Kelime	Kelime
Diğer	Diğer



Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

Mobil oyuncuların bir oyun türünü ya da türlerini sevdiği için seçim yapmalarının dışında bir de hangi oyunu hangi etkenlerden dolayı oynadıkları da önemli bir konu ve genel olarak yaş aralıklarına bağlı tercihlere göre değişen bir konu.

Hangi Motivasyonlar Oyuncuların Seçimlerini Tetikliyor?

- Oyunun ücretsiz olarak indirilebilmesi
- Oyun içindeki tasarım ve grafikler
- Hikaye kurguları
- Ses ve müzik kalitesi
- Oyun topluluğunun aktifliği
- Oyun içi ödüllendirme sistemleri
- Oyun içi kişiselleştirme seçenekleri
- Oyun içinde rahatsız etmeyecek şekilde reklam olması
- Arkadaşları ile online oynayabilme özelliğinin olması (Co-Op)
- Tek başına çevrim dışı oynayabilme özelliği olması
- Arkadaş edinebilme / sohbet edebilme seçenekleri
- Yapımcı firmayı bilmek ve ona güvenmek
- Sürekli yenilik getirilmesi
- Rekabet ortamının olması
- Oyunun farklı platformlardan da oynanabilir olması
 - Cross-Play / Cross-Platform
- Oyun süresinin yönetilebilir olması (Kısa süreli oyunlar)
- Eğitici ve öğretici özellikler
- E-Spor veya profesyonel turnuva desteği



Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

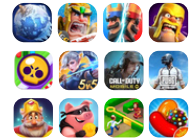
Tüketici Harcamalarına Göre Mobil Oyun Türleri

2024 yılında mobil oyuncuların harcama alışkanlıkları incelendiğinde, strateji, casino ve puzzle türlerinin gelir lideri olduğu görülüyor.

Strateji kategorisindeki oyunlar, çok yüksek aktif oyuncu sayısına sahip olmasalar da her sene gelir açısından zirvedeki yerini koruyor. Bu tür oyunlar, derinlemesine bir oyun deneyimi sunarak uzun süreli bağlılık arayışı içinde olan oyuncular için vazgeçilmez bir tercih haline geliyor.

Shooter kategorisi, hem oyuncu sayısı hem de gelir açısından her zaman sıralamalarda kendine yer buluyor. Bunun yanı sıra dikkat çeken diğer kategoriler ise Rol Yapma (RPG), Puzzle, Casino, Spor ve Simülasyon oyunları.

Son 2-3 yılda popülerliği hızla artan bir diğer kategori ise Tabletop oyunlar. Bu oyunlar genellikle masa üzerinde veya düz bir zeminde oynanan; masa oyunları, kart oyunları, zar oyunları, minyatür savaş oyunları, masaüstü rol yapma oyunları gibi türleri kapsıyor. 2024'te, mobil oyun gelirlerinin büyük kısmını bu lider kategoriler oluştururken, yenilikçi mekanikler, daha iyi grafikler ve ödüllendirme sistemleri, oyuncuların harcama kararlarında belirleyici rol oynamaya devam ediyor.

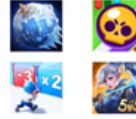


Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

Tüketici Harcamalarına Göre Mobil Oyun Türleri



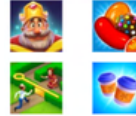
#1 - Strategy



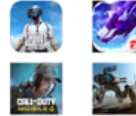
#2 - Casino



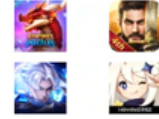
#3 - Puzzle



#4 - Shooter



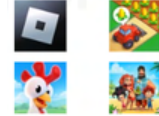
#5 - RPG



#6 - Sports



#7 - Simulation



#8 - Tabletop



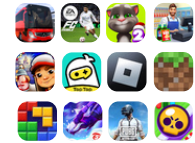
Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

İndirme Sayılarına Göre Mobil Oyun Türleri

2024 yılı mobil oyun indirme verileri, simülasyon ve arcade türlerinin oyuncuların en çok tercih ettiği kategoriler olduğunu ortaya koyuyor. Bu türler, kolay erişilebilir yapıları ve geniş kitlelere hitap eden içerikleri sayesinde indirme oranlarında zirvede yer alıyor.

Bulmaca (Puzzle) ve Lifestyle oyunları ise zeka odaklı mekanikleri ve dinamik oyun yapılarıyla dikkat çekiyor. Özellikle bu türler, kısa süreli eğlence arayan oyuncuların vazgeçilmezleri arasında bulunuyor. Bunun yanı sıra, shooter ve aksiyon oyunları, rekabetçi ve eğlenceli yapılarıyla kullanıcıların favorileri arasında yer almayı sürdürüyor.

Tüketici harcamalarında güçlü bir yer edinen strateji oyunları, indirme sayısı bakımından diğer türlerin gerisinde kalsa da, sunduğu derinlemesine oyun deneyimi sayesinde popülerliğini koruyor. Bu türler, oyuncuların uzun süreli bağlılık gösterdiği kategoriler arasında yer alıyor.

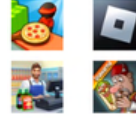


Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

İndirme Sayılarına Göre Mobil Oyun Türleri



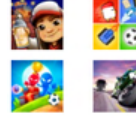
#1 - Simulation



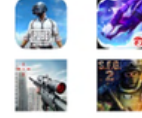
#5 - Action



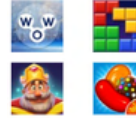
#2 - Arcade



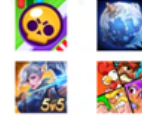
#6 - Shooter



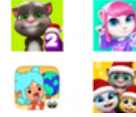
#3 - Puzzle



#7 - Strategy



#4 - Lifestyle

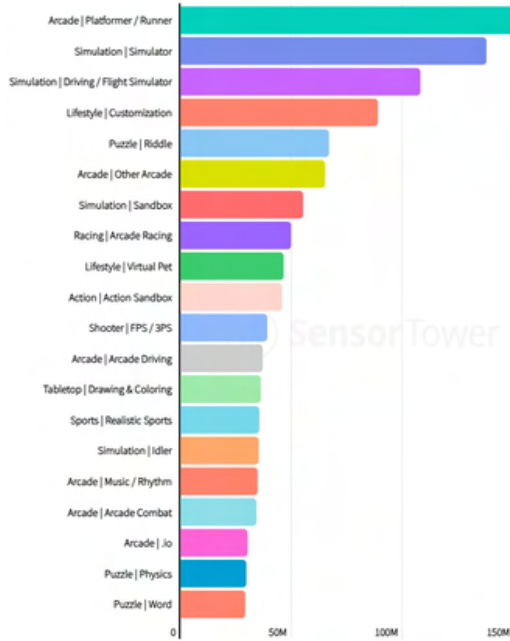


#8 - Racing

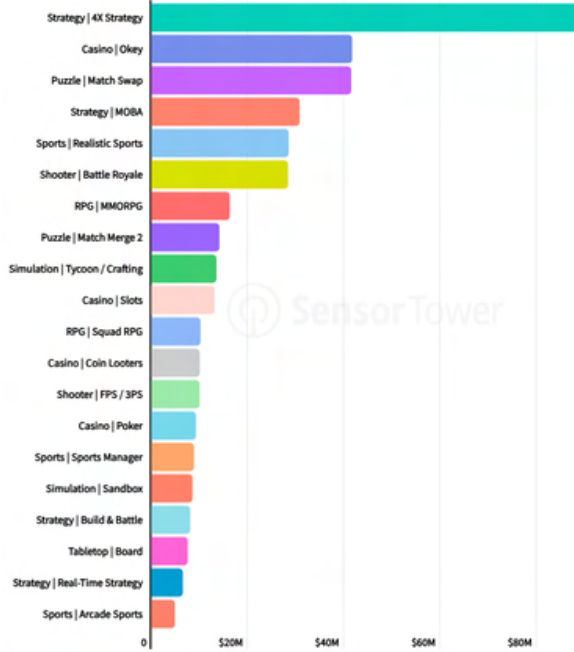


Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

İndirme Sayılarına Göre Mobil Alt Oyun Türleri

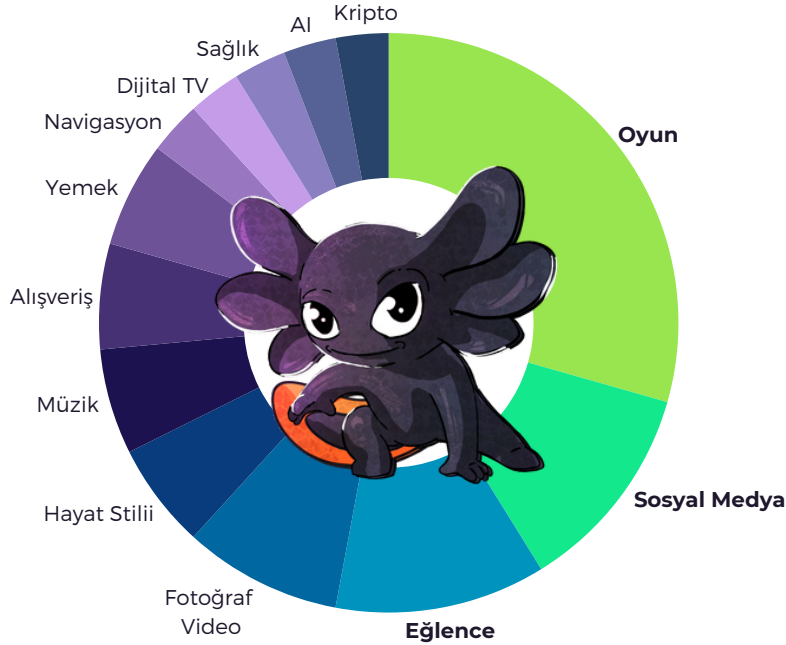


Oyun İçi Gelire Göre Mobil Alt Oyun Türleri



Türk Mobil Oyuncu Alışkanlıkları

Türk Oyuncuların Mobildeki Genel Aplikasyon Tercihleri (Aktif Kullanıcı Bazlı)



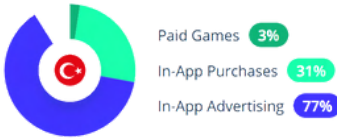
Türkiye'de Android Oyun Dünyası

Google Play'de 74.173 aktif oyun yayıncısı arasında **1.339 Türk yayıncısı** (%2) bulunuyor. (2023'te bu sayı 167.256 oyun yayıncısı arasında 2516'dan fazla Türk yayıncı şeklinde idi.)

Google Play'de 249.165 oyun arasında Türk yayıncıların sunduğu **5.783 oyun** bulunuyor. (2023'te bu sayı 9.658 idi.)

Türk yayıncıların Google Play'deki 5.783 oyununun ortalama puanı 5 üzerinden 2,86'dır. (2023'te bu puan 3,95 idi.) Bu, tüm mobil oyunların genel ortalama puanı olan 2,96'dan daha düşük bir puan olarak karşımıza çıkıyor.

Türk yayıncıların oyunlarının %3'ü ücretli kategoride yer alıyor. (2023'te de bu oran %3 idi) Oyunların %77'si ise oyun içi reklam içeriyor. (2023'te bu oran %75 idi). Türk yayıncıların oyunlarının %31'inde ise uygulama içi satın alma seçeneği bulunuyor. (2023'te bu oran %22 idi.)



Türkiye'deki mobil oyun yayıncılarının %36'sı hem Google Play hem de App Store'da oyunlarını yayınlamaktadır. (2023'de bu oran %26 idi.)

Metodoloji: Bu sayfada paylaşılan veriler, 42matters.com gibi açık kaynaklardan ve raporlardan derlenmiştir. Ancak, verilerin tam doğruluğunu veya kapsayıcılığını bağımsız olarak teyit edememekteyiz. Özellikle, belirtilen Türk yayıncı ve geliştirici sayısı gibi istatistikler, mevcut veri toplama yöntemlerinin kapsamı ile sınırlıdır. Bu nedenle, bu bilgiler genel bir bakış sunmak amacıyla paylaşılmakta olup, kesin bir değerlendirme yerine geçmemektedir.



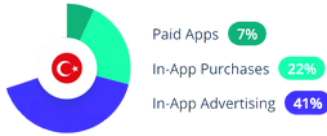
Türkiye'de Android App Dünyası

Google Play'de 550.435 yayıncısı arasında **3.471 Türk yayıncı** bulunuyor (%1). (2023'te bu sayı 1.013.195 yayıncı arasında 5.634'ten fazla Türk yayıncı şeklinde idi.)

Google Play'de bulunan 1.856.027 uygulama arasında Türk yayıncıların sunduğu **12.024 uygulama** yer alıyor. (2023'te bu sayı 3.263.079 uygulama arasında 21.374'ten fazla uygulama idi.)

Türk yayıncıların Google Play'deki 12.024 adet uygulamasının ortalama puanı 5 üzerinden 3,25'tir. (2023'te bu puan 3.84 idi.) Bu, tüm mobil uygulamaların genel ortalama puanı olan 2,52'den daha iyi bir puan olarak karşımıza çıkıyor.

Türk yayıncıların uygulamalarının %7'si ücretli kategorisinde yer alırken (2023'te bu oran %6 idi), uygulamaların %41'i reklam içeriyor. (2023'te bu oran %39 idi.) Uygulamaların %22'sinde ise uygulama içi ödemelerden yararlanılıyor. (2023'te bu oran yine %13 idi.)



Türk yayıncıların uygulama dağılımına baktığımızda: %68'inin farklı kategorilerdeki uygulamalar, %32'sinin ise oyun olduğunu görüyoruz. (2023'te bu oran %69'a %31 idi.)

Metodoloji: Bu sayfada paylaşılan veriler, 42matters.com gibi açık kaynaklardan ve raporlardan derlenmiştir. Ancak, verilerin tam doğruluğunu veya kapsayıcılığını bağımsız olarak teyit edememekteyiz. Özellikle, belirtilen Türk yayıncı ve geliştirici sayısı gibi istatistikler, mevcut veri toplama yöntemlerinin kapsamı ile sınırlıdır. Bu nedenle, bu bilgiler genel bir bakış sunmak amacıyla paylaşılmakta olup, kesin bir değerlendirme yerine geçmemektedir.



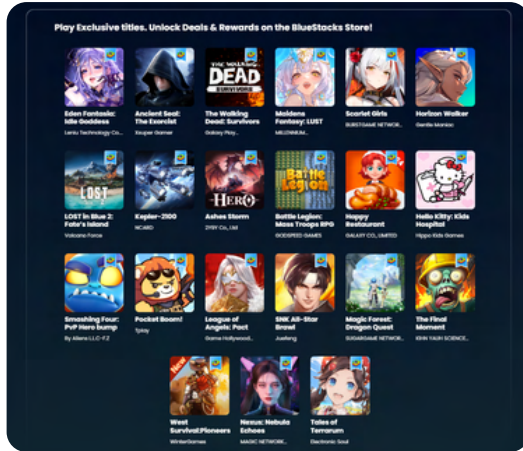
BlueStacks now.gg Türkiye İçin Büyük Bir Potansiyel

BlueStacks ve now.gg'nin Hikayesi: BlueStacks Fikri Nasıl Ortaya Çıktı? Oluşumunun arkasındaki hikayeyi paylaşabilir misiniz?

BlueStacks, 2011 yılında basit bir fikirden doğdu; Mobil oyunlar neden bir bilgisayarda çalışmasın? Ekip, bunu çözmek için bir beta sürümü geliştirdi, ancak isim beklenmedik bir şekilde ortaya çıktı. Kahve içerken fikir üzerinde tartışıyorduk, o sırada masaya bir tabak yaban mersinli pankek geldi. Birisi "BlueStacks nasıl olur?" dedi. Ve isim böylece kalıcı oldu. İşte bu aynı sınırları aşma dürtüsü, now.gg'yi de doğurdu; Oyun oynamak basit ve eğlenceli olmalı; indirmeye gerek yok, beklemeye gerek yok, sadece tıkla ve oyna.



ROSEN SHARMA
CHIEF EXECUTIVE
OFFICER
NOW.GG



BlueStacks
by now.gg



BlueStacks now.gg Türkiye İçin Büyük Bir Potansiyel

now.gg'nin Kuruluş Süreci Nasıldı?

Mobil oyun endüstrisine hangi yenilikleri getirdiniz?

now.us şirketi, Apple Store ve Google Play'den sonra dünyanın en büyük üçüncü mobil oyun dağıtıcısı konumunda. PC/Mac için BlueStacks Store ve Cloud için now.gg Store gibi kendi mağazalarına sahip olmanın yanı sıra, en büyük alternatif uygulama mağazalarıyla da ortaklıklar kurmuştur. Yalnızca iki satır kod ile oyunlar, BlueStacks Store aracılığıyla PC/Mac'e, now.gg Store veya geliştiricinin kendi web sitesi aracılığıyla Cloud'a, Amazon, OneStore, Huawei, Xiaomi gibi üçüncü taraf mağazalara ve Line, Discord, Telegram gibi yeni dağıtım kanallarına yayınlanabilir—bu da erişimi daha önce hiç olmadığı kadar genişletir. Oyuncular için now.gg, tercih ettikleri platformda en geniş oyun kataloğu ile hızlı ve optimize edilmiş bir oyun deneyimi sunar. Ayrıca, en iyi fırsatlar ve oyun içi öğeler için özel promosyonlarla oyun deneyimini daha da cazip hale getirir.



ROSEN SHARMA
CHIEF EXECUTIVE
OFFICER
NOW.GG



BlueStacks now.gg Türkiye İçin Büyük Bir Potansiyel

Türkiye Oyun Ekosistemini Nasıl Değerlendiriyorsunuz? Küresel Pazar İçindeki Konumunu Nasıl Görüyorsunuz?

Türkiye hızla küresel bir oyun gücü haline geliyor ve özellikle İstanbul'daki aktif startup sayısındaki artış bunu kanıtlar nitelikte. Büyük satın almalar, güçlü yatırımlar ve genç, yetenekli iş gücü ile ülke, özellikle mobil oyun alanında dünya çapında önemli bir oyuncu olarak öne çıkıyor. Türkiye'nin mobil oyun sektörünün gelirinin 2029 yılına kadar 1 milyar dolara yaklaşması veya bu eşiği aşması bekleniyor. Ülke içinde 45 milyondan fazla oyuncu bulunurken, Türk oyun stüdyoları dünya çapında yüz milyonlarca oyuncuya ulaşıyor. Bu da Türkiye'nin küresel oyun pazarındaki güçlü konumunu daha da pekiştiriyor.

now.gg veya BlueStacks ile işbirliği yapmak isteyen stüdyolara ne gibi fırsatlar sunuyorsunuz? Onları bu yolculuklarında nasıl destekleyebilirsiniz?

BlueStacks ve now.gg olarak, oyun stüdyolarının daha geniş bir oyuncu kitlesine minimum engelle ulaşmasını sağlıyoruz. BlueStacks, mobil oyunları PC ve Mac'e taşıyarak daha büyük bir ekran ve daha iyi kontrol isteyen küresel oyunculara erişim sunuyor. now.gg ise bir adım öteye giderek cihaz sınırlamalarını tamamen ortadan kaldırıyor—oyunlar bulutta anında çalışıyor ve herhangi bir cihazdan, herhangi bir yerde, sadece bir bağlantı ile oynanabiliyor.

nowSDK ile geliştiriciler, yalnızca iki satır kod ile oyunlarını birden fazla platforma yayınlatabiliyor. BlueStacks Store ve now.gg Store'un yanı sıra Amazon, Samsung, Xiaomi, Huawei gibi büyük platformlara ve LINE, Discord, Telegram gibi sosyal kanallara kolayca dağıtım yapılabilir. **Amacımız basit:** Stüdyoların erişimini genişletmek, oyuncu etkileşimini artırmak ve gelirlerini ekstra çaba gerektirmeden büyütmelerine yardımcı olmak. Oyun geliştiricilerini her aşamada destekleyerek, onların oyunlarını küresel bir kitleye ulaştırmalarına katkıda bulunuyoruz.



ROSEN SHARMA
CHIEF EXECUTIVE
OFFICER
NOW.GG



BlueStacks now.gg Türkiye İçin Büyük Bir Potansiyel

**Türk oyun geliştiricilerine ne tavsiye edersiniz?
Küresel pazarda başarılı olmak için nelere odaklanmalılar?**

Türkiye'de oyun sektörü hızla büyüyor ve küresel çapta rekabet edebilmek için geliştiricilerin geleneksel mobil ve uygulama mağazalarının ötesine bakması gerekiyor. PC, mobil ve bulut üzerinde çalışan oyunlar daha geniş bir kitleye ulaştığı ve daha yüksek etkileşim sağladığı için çapraz oyun önemlidir. Para kazanma modelleri, yeni gelir akışlarının kilidini açmak için bulut dağıtımından, oyun içi satın alımlardan ve sosyal odaklı etkileşimden yararlanarak uyum sağlamalıdır. Kültürel olarak alakalı içerik, küresel bir hit oyunu ortalama bir sürümden farklılaştırabileceğinden, yerelleştirme kilit önem taşıyor. Dağıtım, oyuncuların bulut ve sosyal platformlar aracılığıyla oyunları anında keşfetmesi ve erişmesiyle geliyor ve indirme ihtiyacını ortadan kaldırıyor. Sürtünmeleri ortadan kaldıran ve oyuncularla buldukları yerde buluşan stüdyolar küresel pazarda başarılı olacak.



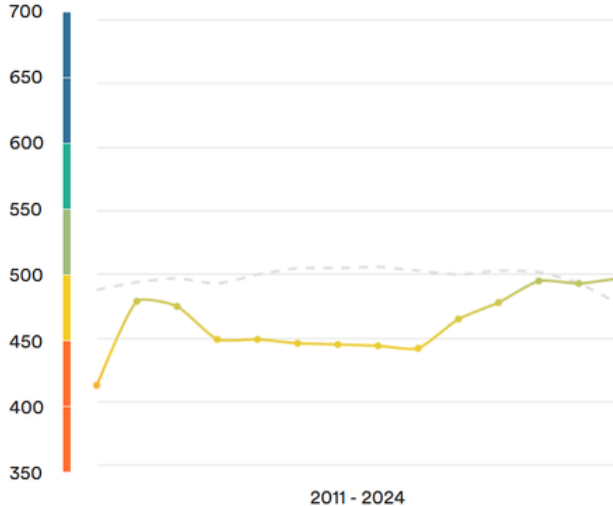
ROSEN SHARMA
CHIEF EXECUTIVE
OFFICER
NOW.GG



Türk Oyuncular İçin Yerelleştirme Neden Bir Gereklik?

Education First English Language School'un, dünyanın dört bir yanından 116 ülkenin katılımıyla gerçekleştirdiği 2024 İngilizce Yeterlilik Endeksi'ne göre, Türkiye bir önceki yıla göre ufak da olsa ilerlemiş durumda.

Tabloya göre, Hollanda daha önceki yıllarda olduğu gibi, İngilizce konuşma oranında hala 1 numara. Türkiye ise 116 ülkenin yer aldığı listede 1 basamak ilerleyerek 66. sıradan 65. sıraya yükselmiş durumda.



 **Türkiye**
#65



Türk Oyuncular İçin Yerelleştirme Neden Bir Gereklik?

Türkiye, 2012 yılında 32. sırada yer alarak güçlü bir performans sergilerken, sonraki yıllarda genel sıralamalarda bir gerileme yaşamıştı. 2018'de 73. sıraya düşen Türkiye, 2019'da 79. sırada yer almıştı. 2020 yılında dikkat çekici bir şekilde 10 basamak yükselmeyi başardı. 2022'de 64. sıraya ulaşarak tekrar ivme kazanan ülkemiz, 2023'te 66. sıraya gerilemiş olsa da, 2024 itibarıyla 65. sıraya yükseldi.

Yerelleştirme iki açıdan büyük önem taşıyor: Birincisi, yabancı dil bilme oranının Türkiye'de çok yüksek olmaması nedeniyle tüm oyunculara ulaşma gerekliliği; ikincisi ise, oyuncuların kendi dillerinde ve kültürlerine yakın içeriklerle oyun deneyimi yaşayabilmesinin sağladığı keyif.

Oyun sektörü, Türkiye'nin dinamik oyuncu kitlesine ulaşmanın ve onlarla daha derin bir bağ kurmanın en etkili yollarından birinin yerelleştirme olduğunu fark etmiş durumda. Özellikle büyük ve orta ölçekli oyun firmaları, seslendirme, çeviri ve oyun içi kültürel öğelerle Türk oyunculara hitap etme çabalarını artırıyor. Ancak, başarılı bir yerelleştirmenin sadece çeviriyle sınırlı olmadığını anlamak büyük bir fark yaratıyor.



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

Oyunun içeriğine göre uzman bir ekip ile çeviri, yazım hatalarının olmaması, Öö, Çç, Şş, ı, İ, Çç, Üü, Çğ gibi özel harflerimize uygun fontların kullanımı, metinlerin uzunluğu (ara yüze yerleştirilmesi), Türkçemizdeki 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.



Türk Oyuncular İçin Yerelleştirme Neden Bir Gereklik?

- **Dil ve Yazım Hassasiyeti:** Yerelleştirme çalışmalarında, dilbilgisi ve yazım hatalarının olmaması oyuncuların güvenini kazanmak için oldukça önemli. Bu nedenle, çevirilerin alanında uzman ve hedef dilde yetkin ekipler tarafından yapılması gerekir. Sadece doğru bir çeviri yapmak yeterli değildir; aynı zamanda diyalogların doğallığı, komutların anlaşılır ve açık bir şekilde yazılması, metinlerde bölgesel dil farklılıklarının göz önünde bulundurulması gerekir. Örneğin, Türkçede kullanılan günlük konuşma dili ile resmi dil arasında önemli farklılıklar bulunur ve bu farklar, oyunun tonu ve temasına uygun şekilde ele alınmalıdır.
- **Türkçe'nin Özelliklerine Uyum:** Türkçe'nin kendine has özellikleri, yerelleştirme sürecinde teknik ve estetik kararları etkiler. Örneğin:
 - Ö, Ç, Ş, ı, İ, Ü, Ç gibi Türkçe karakterlerin kullanılabilmesi için uygun fontların seçilmesi ve oyun motoruyla uyumlu hale getirilmesi gerekir.
 - Türkçe'nin cümle yapısında fiilin genellikle sonda yer alması, bazı durumlarda metinlerin ekran ara yüzlerine sığmamasına neden olabilir. Bu tür sorunları çözmek için metin uzunluklarının dikkatlice optimize edilmesi şarttır.
 - Menü ve alt yazıların doğru hizalanması, oyuncuların kullanıcı deneyimini doğrudan etkiler. Hatalı yerleşim veya eksik Türkçe karakterler oyuncuların dikkatini dağıtabilir.
- **Seslendirme Kalitesi:** Seslendirme, yerelleştirmenin en dikkat çeken ve oyuncular tarafından fark edilen unsurlarından biridir. Doğru ses sanatçıları seçilerek oyundaki karakterlere hayat verilmelidir. Seslendirme sırasında:
 - Diyalogların doğallığı korunmalı, Türk oyuncuların alışık olduğu tonlama ve konuşma tarzı yakalanmalıdır.
 - Türkçe'nin ses yapısına uygun bir şekilde senkronizasyon yapılmalı; özellikle animasyonlu sahnelerde konuşma ile karakter hareketleri arasında uyum sağlanmalıdır.
 - Oyun dünyasına özgü terimler ve jargon doğru şekilde aktarılmalıdır.



Türk Oyuncular İçin Yerelleştirme Neden Bir Gereklik?

- **Kültürel Duyarlılık:** Türk oyuncu kitlesi, dini ve politik hassasiyetlere duyarlı bir topluluktur. Bu nedenle yerelleştirme sürecinde, oyuncuların rahatsızlık duymasına neden olabilecek unsurlar dikkatle analiz edilmelidir.
 - Kutsal değerlere, bayramlara veya dini konulara yönelik göndermeler hassas bir şekilde ele alınmalı ve olumsuz çağrışımlardan kaçınılmalıdır.
 - Politik içeriklerin oyun senaryosunda nasıl yer aldığı dikkatle değerlendirilmelidir. Yanlış anlaşılmalara yol açabilecek ifadeler veya semboller değiştirilmelidir.
 - Mizah unsurları, Türk kültüründe karşılık bulacak şekilde uyarlanmalı; yabancı oyuncular için komik olan bir içerik, Türk oyuncular için anlamsız veya rahatsız edici olabilir.
- **Kültürel Öğelerin Etkin Kullanımı:** Yerelleştirme sırasında kültürel öğelerin doğru bir şekilde entegre edilmesi, oyuncuların oyuna daha çok bağlanmasını sağlar. Ancak bu, yalnızca yüzeysel bir Osmanlı veya Türk kültürü ögesi eklemekle sınırlı olmamalıdır. Örneğin:
 - Tarihi oyunlarda, Osmanlı İmparatorluğu'na veya Türk mitolojisine yapılan göndermeler gerçekçi ve detaylı bir şekilde işlenmelidir.
 - Modern temalı oyunlarda, Türkiye'nin çağdaş kültürüne uygun unsurlar eklenebilir; örneğin, Türk sokak yemeği, yerel müzikler veya karakterlerin Türkçe günlük ifadeler kullanması gibi.
- **Teknik Detaylar ve Optimizasyonun Önemi:**
 - Oyun içi metinlerin farklı cihaz ekranlarında doğru şekilde görüntülenmesi için tüm dil dosyalarının optimize edilmesi gerekir.
 - Türkçe karakterlerin oyun motorlarında doğru çalıştığından emin olunmalıdır. Eksik veya hatalı karakter kullanımı, oyuncuların oyuna olan güvenini sarsabilir.
 - Çeviri sonrası test süreçleri, tüm metinlerin doğru bağlama yerleştirildiğinden ve içeriklerin tutarlı olduğundan emin olmak için kapsamlı bir şekilde yürütülmelidir.



Müzik, Oyunun Vazgeçilmez Bir Parçası

Oyun dünyasında müzik, oyuncu deneyiminin ayrılmaz bir bileşeni olarak ön plana çıkmaktadır. Araştırmalar, müziğin oyun sırasında duygusal tepkileri şekillendirdiğini, bilişsel süreçleri desteklediğini ve genel oyuncu memnuniyetini artırdığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, oyun içi müziklerin atmosfer yaratma ve hikaye anlatımı gibi işlevsel rollerinin yanı sıra, oyuncuların farklı müzik türlerini de tercih ederek kendi oyun deneyimlerini kişiselleştirdikleri de yıllardır gözlemlenmektedir.

Oyuncular, yalnızca oyunun sağladığı müziklerle sınırlı kalmayıp, oyun oynarken kendi listelerini oluşturmakta ve bu müzik seçimleriyle oyun deneyimlerini bireysel bir düzeye taşımaktadır. Oyuncuların müzik tercihleri ile oyun türleri arasında da güçlü bir bağ bulunmaktadır.

2024'te Türkiye'de Oyun Konsollarında En Çok Dinlenen Sanatçılar

- Lvbel C5
- UZI
- BLOK3
- Semicenk
- cakal
- Motive
- Batuflex
- Ati242
- Travis Scott
- Era7capone



Müzik, Oyunun Vazgeçilmez Bir Parçası

2024'te Türkiye'de En Çok Dinlenen Sanatçılar

- Semicenk
- Lvbel C5
- Sezen Aksu
- BLOK3
- UZI
- Ati242
- Motive
- Hande Yener
- Dedublüman
- cakal



2024'te Türkiye'de En Çok Dinlenen Şarkılar

- CISTAK - Era7capone, Batuflex, Narco
- Lan - Zeynep Bastık
- DOĞUŞTAN BERİ HAKLIYIM (tmm) - Lvbel C5
- Sezen Aksu - Lvbel C5
- Yakışıklı - KÖFN, Simge, Salman Tin
- Sen Bilmezsin - Dedublüman
- SUBMARINER - AKDO, Lvbel C5
- Yansımam - Derya Uluğ, Asil Gök
- Renklensin - Reynmen
- Dale Don Dale - ElMusto

2024'te Türkiye'de En Çok Dinlenen Albümler

- Manifesto - Ati242
- 7EDI - Era7capone
- EL CHAVO - UZI
- OBSESİF - BLOK3
- ROMANTİK - Motive
- Fatih - Mabel Matiz
- Kan - UZI
- Nefes - Derya Uluğ
- Yaramızda Kalsın - Onur Can Özcan
- Silah Gibi - Cash Flow



Türk Oyuncuların Genel Karakteristik Özellikleri



30 - 40 Yaş Arası Oyuncu



25 - 30 Yaş Arası Oyuncu



18 - 24 Yaş Arası Oyuncu



12 - 18 Yaş Arası Oyuncu

Türk Oyuncuların Genel Karakteristik Özellikleri

01

30 - 40 Yaş Arası Oyuncu

- **Çalışma ve Aile:** İş ve aile arasında oyun oynuyorlar.
- **Cihaz Kullanımı:** Telefon, dizüstü bilgisayar ve konsol tercih ediyorlar.
- **Oyun Motivasyonu:** Rahatlama ve eğlence.
- **Zaman:** Genelde akşamları kısa süreli oynuyorlar.
- **Satın Alma Gücü:** Güçlü, ancak seçiciler.
- **Genel Özellikler:** Dijital dünyada deneyimli ve seçiciler. Belirli oyunlar ve içeriklere yöneliyorlar.

02

25 - 30 Yaş Arası Oyuncu

- **Çalışma Durumu:** Tam zamanlı çalışıyorlar.
- **Cihaz Kullanımı:** PC, konsol ve mobil kullanıyorlar.
- **Oyun Motivasyonu:** Eğlence, stres atma ve sosyalleşme.
- **Zaman:** Gece geç saatlerde oynuyorlar.
- **Satın Alma Gücü:** Kendi kazançlarıyla alışveriş yapıyorlar.
- **Genel Özellikler:** Teknolojiye yatırım yapıyor, performansa önem veriyorlar.

03

18 - 24 Yaş Arası Oyuncu

- **Eğitim ve İş:** Üniversite öğrencileri veya part-time çalışanlar.
- **Cihaz Kullanımı:** Dizüstü bilgisayar ve konsol kullanıyorlar.
- **Oyun Motivasyonu:** Kendini ifade etme ve rekabet.
- **Zaman:** Geç saatlere kadar uyanıklar.
- **Satın Alma Gücü:** Bütçesini yönetmeye başlıyor.
- **Genel Özellikler:** Farklı hobilere sahip ve dijital dünyada aktifler.

04

12 - 18 Yaş Arası Oyuncu

- **Eğitim Durumu:** Ortaokul ve lise öğrencileri.
- **Cihaz Kullanımı:** Ailelerinin telefonlarını kullanıyorlar.
- **Oyun Motivasyonu:** Eğlence ve sosyalleşme.
- **Zaman:** Gündüz okulda ve zamanı kısıtlı. Erken uyuyorlar.
- **Satın Alma Gücü:** Harçlıklarına bağlı, sınırlı.
- **Genel Özellikler:** Dijital dünyada oldukça yetkinler, oyun içi sosyal etkinliklere önem veriyorlar.

Türk Oyuncuların Genel Karakteristik Özellikleri

Türk Oyuncuların Oyunlara Karşı Bakış Açıları

- Görsel Bir Dünya / Farklı Görsellikte Evrenler
- Hikayesi ile İçine Çeken Evrenler
- Her Tarzdan Tadın Olduğu Evrenler
- Her Duygunun Üst Seviyede Yaşandığı Evrenler
- Oyunların İçinde O Dünyanın Kuralları ile Ticaret Yapabilme Güzelliği
- Arkadaşlık ve Takım Olabilme
- Eğlence / Rahatlık / Hobi
- Rekabet; Kazanma Arzusu, Kaybetmekten Öğrenme
- Prestij / Oyun İçinde Ünlü Olma
- Sürekli Yenilenen Dünyalar, Keşifler
- Hayallerindeki Dünyalarda Kahraman Olma
- Profesyonel Oyuncu Olma İmkanı / Kariyer



Duyguları

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



Türk Oyuncuların Genel Karakteristik Özellikleri

Türk Oyuncular (Genel Olarak Tüm Oyuncular) Neden Para Harcıyor?

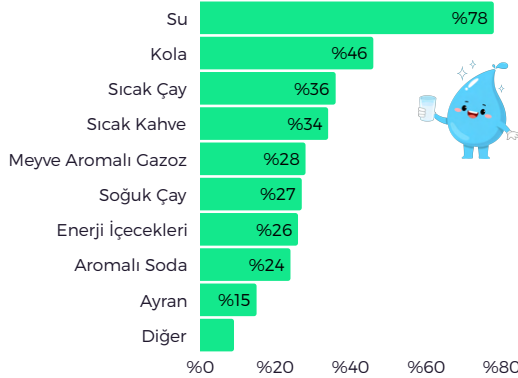
- **Eğlence ve Zevk (Hobi ve Keyif Aldıkları İçin)**
- Sosyal Prestij ve Statü İçin
- Oyunda Daha Hızlı ve Kolay İlerlemek İçin
- Rekabet Edebilmek İçin (Espor da buna dahil)
- Oyun İçinde Aldığı Deneyimi Arttırmak İçin (Oyun İçi Kişiselleştirme)
- Sezonluk İçeriklere Erişim İçin
- Abonelik Fırsatlarından Yararlanmak İçin
- Oyun İçi Reklamları Görmeden Rahatça Oynamak İçin
- Sevdikleri Bir Oyunu veya Geliştiriciyi Desteklemek İçin
- İndirim Ya da Özel Teklifler İçin
- Ekstra / Özel Oynanabilir İçeriklerin Kilidini Açmak İçin
- Oyun İçi Koleksiyon (Nadir ve Benzersiz Eşyalar)
- Erken Erişim ve Beta Süreçlerine Katılım İçin



Türk Oyuncuların Oyun Oynarken Tükettiği İçecekler

Oyun oynarken tüketilen içecekler, oyuncuların alışkanlıkları ve türlerine göre çeşitlilik gösteriyor. Yeni verilere göre, 2024 yılında mobil oyuncular ve PC oyuncuları arasında içecek tüketim oranlarında kayda değer değişimler gözlemlendi. Oyuncuların çoğu masa başında oyun oynarken, uzun süreli oturumlar boyunca tükettikleri içeceklerin oyun deneyimini tamamlayıcı bir etken olarak öne çıktığı belirlendi.

Genel Kategori Bazlı



Su, %78 oranıyla tüm oyuncu grupları arasında en yaygın tercih olmaya devam ediyor. Ayrıca ayran ve soğuk çay gibi daha sağlıklı alternatiflere olan ilgede artış var.

Mobil oyuncular, oyun sırasında daha az tüketim yaparken, genellikle kolay erişilebilir içecekleri tercih ediyor.

Uzun süre masa başında olan PC oyuncuları, sıcak içecekleri ve kola gibi geleneksel içecekleri tercih ediyor. 18-25 yaş grubu enerji içecekleri ve meyve aromalı gazozlara yoğun ilgi gösteriyor.

PC oyuncuları arasında sıcak çay ve kahve tüketimi %36 ve %34 oranlarıyla öne çıkıyor. (Uzun oynama sürelerinde enerji, konsantrasyon ihtiyacı). 18-25 yaş grubunda %26 oranıyla tercih edilen enerji içecekleri, mobil oyun oturumlarında daha fazla tüketiliyor.

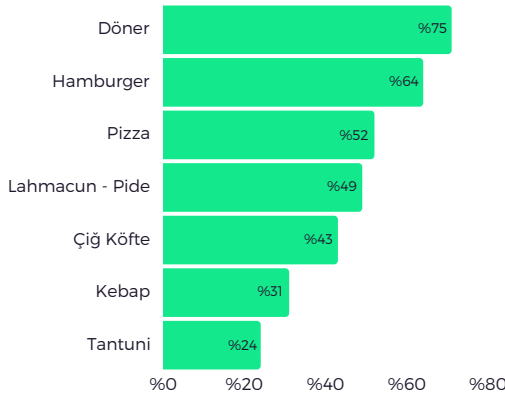
Marka Bazlı



Türk Oyuncuların Beslenme Alışkanlıkları

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

Oyuncuların Yemek Tercihleri



Fast Food Markaları (Tüketim)



Genel Yiyecek Tercihleri

- Cips
- Kuruyemiş
- Çikolata / Çikolata Kaplamalı Gofret
- Meyve
- Patlamış Mısır
- Kraker / Tuzlu Bisküvi
- Tatlı bisküviler / Kurabiyeler
- Ev Yapımı Tatlı Atıştırmalıklar (kek, bisküvi vb.)
- Kek (topkek, popkek, dankek, soğuk kekler vb.)
- Dondurma
- Patates Kızartması
- Ev Yapımı Tuzlu Atıştırmalıklar (kraker vb.)
- Kuru Meyve (kuru kayısı, kuru üzüm gibi)
- Tatlı (sütlü / şerbetli tatlılar)
- Pizza
- Hamburger
- Tost / Yengen, vb.
- Ev Yemeği
- Pide / Lahmacun
- Sandviç
- Nuggets / Tavuk Parçaları / Tavuk Kanat
- Soğan Halkası
- Mozeralla Stick / Peynir Çubukları
- Diğer

Aplikasyonlar

- 1 Trendyol Go
- 2 Yemeksepeti
- 3 getir
- 4 Algıda ile Kazan
- 5 Tıkla Gelsin
- 6 McDonald's
- 7 Domino's Pizza
- 8 Starbucks
- 9 Nescafé 3ü1 Arada NE'APP
- 10 Nutella





TÜRKİYE'DE OYUN SEKTÖRÜ VE GENEL BİLGİLER



Türkiye'de Oyun Sektörü

2024, Türkiye oyun sektörü için güçlü bir yıl oldu. Dolar kurundaki %35'lik artışa rağmen (%1 Dolar = 24 TL'den 32,51 TL'ye çıktı), sektör dolar bazında yaklaşık %39,65 büyüyerek 810 milyon dolarlık bir gelir elde etti. Oyuncu sayısı 48 milyonu aşarken, mobil oyunlar 490 milyon dolarlık gelirle sektörde liderliğini sürdürdü. PC ve konsol oyunlarına yapılan yatırımlar ise çeşitliliği ve global pazardaki rekabet gücünü artırdı.

Yıl boyunca Roblox ve Discord'a getirilen erişim yasakları, oyuncu topluluklarında olumsuz etkiler yaratırken, Türk yapımı oyunların Steam ödülleri kazandığı başarılar global arenada dikkat çekti. Bu başarılar, yerli geliştiricilerin yenilikçi gücünü ve global uyum kapasitesini ortaya koydu.

Yatırım tarafında, 2024 yılında sektöre 120 milyon dolara yakın yatırım yapıldı. Dream Games ve Peak Games gibi unicorn oyun şirketlerinin globaldeki başarıları, Türk girişimcilik ekosisteminin güçlü temeller üzerine kurulu olduğunu bir kez daha kanıtladı.

Türkiye'nin ilk kuantum bilgisayarını olan QUANT'ın oyun geliştirme süreçlerinde büyük veri analizi ve simülasyonlar gibi karmaşık süreçleri kolaylaştırması bekleniyor. Bu tür teknolojik yenilikler, Türkiye'yi oyun sektöründe bir teknoloji merkezi haline getirebilir. Ancak, sektördeki gelişimin sürdürülebilir olması için regülasyonların dikkatli bir şekilde ele alınması, oyuncu topluluklarının desteklenmesi ve devletin sektöre yönelik teşviklerinin artırılması gerekiyor.

Genel olarak, 2024 yılı, Türkiye oyun sektörü için fırsatlarla dolu, hareketli bir yıl oldu. Teknolojik yeniliklerin entegrasyonu, global iş birlikleri ve yerli oyunların başarısı sektörü güçlendirirken, karşılaşılan sorunlar bu büyümenin sürdürülebilirliği açısından dersler verdi. Türkiye'nin yaratıcı ve genç iş gücü, sektörü gelecekte daha da parlak bir noktaya taşıma potansiyeline sahip.



Türkiye'de Oyun Sektörü

Buraya ufak bir açıklama ekleyerek pazarın büyüklüğünü biraz daha net yansıtmak istedik.

2023		2024	
Sektör Büyüklüğü (Dolar Bazında)	Döviz Kuru	Sektör Büyüklüğü (Dolar Bazında)	Döviz Kuru
580 Milyon USD	24 TL	810 Milyon USD	32.51 TL

Her iki yılın dolar bazındaki büyüklüğünü Türk Lirasına çevirelim ve karşılaştıralım.

2023	2024
Sektör Büyüklüğü (TL Bazında)	Sektör Büyüklüğü (TL Bazında)
13.920.000.000 TL	26.333.100.000 TL

Sonuç olarak, kurdaki dalgalanmayı hesaba katarak, sektörün gerçek anlamda büyüdüğünü söyleyebiliriz. Döviz kurundaki artışın etkisiyle, sektör reel olarak da büyümüş gözüküyor. Dolar bazında %39,65 büyüme görülürken, Türk Lirası bazında bu büyüme %89,17 olarak gerçekleşmiştir.

State Of Mobile 2025 raporundaki 2024 yılı verilerine göre Türkiye'de mobil uygulama pazarındaki gelirlerin büyük bir kısmı yabancı oyun firmaları ve yayıncıların oyunları tarafından yaratılmaktadır. Türk oyun firmalarının uygulama içi satın alma (IAP) gelirlerinden aldığı pay ise rapora göre 5.7 yani oldukça düşük.*

Türkiye'de Oyun Sektörü

2024'ün En Dikkat Çeken Gelişmeleri

Roblox Yasağı

2024 yılında Türkiye'de Roblox platformuna getirilen erişim yasağı, oyuncu topluluklarını derinden etkiledi. Yasağın gerekçesi, çocukların dijital güvenliğini artırmak ve platformdaki uygunsuz içeriklerin önüne geçmek olarak açıklandı. Ancak, Roblox'un oyun yapımında ve genç oyuncular arasında popüler bir platform olması, yasağın sektörde tartışmalara yol açmasına neden oldu. Geliştiriciler ve oyuncular, alternatif çözümler aramaya başladı.



ROBLOX



Bize göre bu karar, daha geniş bir perspektiften ele alındığında bazı eksiklikler içeriyor. Çocukların dijital güvenliği, yalnızca platform yasaklamaları ile sağlanamaz. Ailelerin, çocuklarının oyun deneyimlerini yakından takip etmesi ve yönlendirmesi, bu süreçte kritik bir rol oynar.

Ayrıca, bir platformu tamamen kapatmak yerine, sorunlu içeriklerin tespit edilerek kaldırılması daha etkili ve adil bir çözüm olabilir. Bu, platformun sağladığı olumlu fırsatları korurken sorunların çözülmesini sağlar. Daha sürdürülebilir bir yaklaşımla, platformlarla iş birliği yapılarak içerik denetiminin iyileştirilmesi hedeflenebilir. Son olarak, bu tür yasaklar, oyun sektöründe özellikle yabancı yatırımcıların Türkiye'ye olan güvenini zedeleyebilir. Roblox gibi büyük platformların yasaklanması, diğer uluslararası firmalar için de belirsizlik yaratabilir ve sektörün büyüme hızını olumsuz etkileyebilir.

Türkiye'de Oyun Sektörü

2024'ün En Dikkat Çeken Gelişmeleri

Discord Yasağı

2024 yılında Türkiye'de Discord platformuna getirilen erişim yasağı, özellikle oyuncu toplulukları ve oyun geliştiricileri üzerinde büyük bir etki yarattı. Discord, oyuncular için yalnızca iletişim kurdukları bir platform değil, aynı zamanda toplulukların bir araya geldiği, turnuvaların düzenlendiği ve oyun içi stratejilerin tartışıldığı bir ekosistem sunuyordu. Bu yasağın, Türk oyun sektöründe oyuncu deneyimi ve topluluk etkileşimi açısından önemli kayıplara yol açtığı görülüyor.



Discord'un erişime kapatılması, oyuncu topluluklarının iletişim kanallarını kaybetmesine ve bu toplulukların dağılmasına neden oldu. Bununla birlikte, bağımsız oyun geliştiriciler ve küçük stüdyolar için Discord gibi ücretsiz ve erişilebilir bir platformun kaybı, oyun geliştirme süreçlerinde ciddi bir engel oluşturdu. Özellikle genç oyun geliştiriciler, fikirlerini paylaşma, ekip oluşturma ve oyunlarını test etme gibi önemli süreçlerde bu platformdan faydalanıyordu.

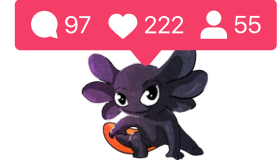
Bize göre Discord'un tamamen kapatılması yerine, platform üzerindeki olumsuz içeriklerin belirlenmesi ve bu içeriklerin platformdan kaldırılması yönünde bir iş birliği süreci daha etkili olabilirdi. Ayrıca, platformun yerel ofisler açması veya yerel yasal düzenlemelere uyum sağlaması teşvik edilebilirdi. Toplulukların korunması ve sektördeki iş birliklerinin devam etmesi için sürdürülebilir bir çözüm arayışı, hem oyuncular hem de geliştiriciler için çok daha yararlı olacaktır. Daha dengeli ve stratejik bir yaklaşım, sektörün büyümesini desteklerken dijital güvenliği de sağlamanın yolunu açabilir.

Türkiye'de Oyun Sektörü

2024'ün En Dikkat Çeken Gelişmeleri

Instagram Yasağı

2024 yılında Instagram'ın kısa süreliğine kapatılması (3 gün), sadece oyun sektörü değil, birçok sektörü olumsuz etkiledi. Oyun sektöründe ise Instagram, hem reklam alanında hem de sosyal medya etkileşimlerinde kritik bir rol oynuyordu. Oyuncularla doğrudan iletişim kurmak, toplulukları canlı tutmak ve yeni oyun tanıtımları yapmak için sıklıkla kullanılan bu platformun erişime kapanması, sektör içinde önemli bir boşluk yarattı.



Özellikle, oyun firmalarının Instagram üzerinden yürüttüğü reklam kampanyalarının sekteye uğraması ve oyuncuların bilgi akışının azalması, sektörde geçici de olsa bir durağanlık yarattı. Bu tür bir platformun yokluğu, oyun sektöründeki içerik üreticileri, yayıncılar ve reklam verenler arasında moral bozukluğuna yol açtı.

Türkiye'de Oyun Sektörü

2024'ün En Dikkat Çeken Gelişmeleri

Land of the Crescent: Games from Türkiye - Hilal Diyarı

İlk kez 2023 yılında düzenlenen Land of the Crescent etkinliği, Türkiye oyun sektörünün güçlü yanlarını ve zengin kültürel çeşitliliğini dünya çapında oyunculara tanıtmayı hedefleyen üçüncü parti Steam etkinliğidir. Bahçeşehir Üniversitesi desteğiyle, BUG Lab TEKMER organizasyonu ile gerçekleştirilen etkinlik, 2024'te de büyük bir başarıyla devam etti.

İlk etkinlikte 70'e yakın oyun sergilenirken, 2024 yılında bu sayı tam 253 Türk yapımı oyuna ulaştı. Bu festival, Türk oyun geliştiricilerinin yaratıcılığını ve potansiyelini global arenada öne çıkaran önemli bir platform haline geldi.

Etkinlik, genel olarak oyun geliştiricileri ve oyuncular tarafından da oldukça olumlu karşılanmakta. Bazı geri bildirimlerde ise etkinliğin daha geniş kitlelere ulaşması, tanıtım faaliyetlerinin artırılması gerektiği de vurgulanmıştır.



Türkiye'de Oyun Sektörü

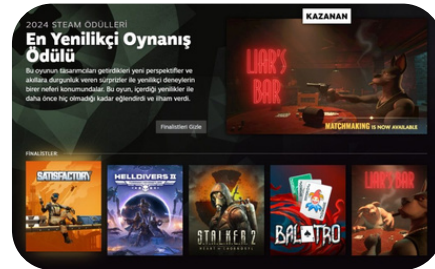
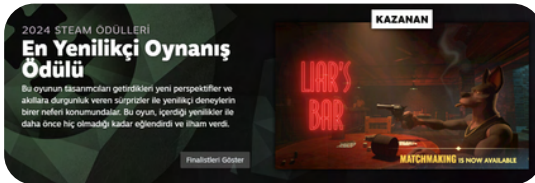
2024'ün En Dikkat Çeken Gelişmeleri

Curve Animations - Liars Bar'ın Başarısı

Curve Animation, Steam Ödülleri 2024'te, geliştirdiği Liars Bar ile En Yenilikçi Oynanış Ödülü'nün sahibi oldu. 2024 yılında Steam ödülünde "En Yenilikçi Oynanış" kategorisinde birinci olan Liars Bar, oyun dünyasında büyük bir yankı uyandırdı. Bu başarı, Liars Bar'ın yenilikçi mekanikleri ve etkileyici oyun tasarımı ile oyunculara eşsiz bir deneyim sunmasından kaynaklandı.

Oyunun temel mekaniklerinde oyuncular, birbirlerinin yalanlarını çözmeye çalışarak karmaşık bir dedektif hikayesinin parçası oluyor. Gerçek zamanlı strateji unsurları ve psikolojik manipülasyon üzerine kurulu oyun, türünün ilk örneklerinden biri olarak dikkat çekti. Özellikle oyuncuların farklı yollar ve sonuçlarla hikayeyi şekillendirebilmesi, oyunun en öne çıkan özellikleri arasında yer aldı.

Steam ödülünde bu kategoriyi kazanması, Liars Bar'ı yalnızca bir oyun olarak değil, aynı zamanda bir sanat eseri ve yenilikçi bir dijital medya projesi olarak sektörde üst seviyeye taşıdı. Bu prestijli ödül, oyun dünyasında yenilikçi mekaniklere ve eşsiz bir deneyim sunan yapımlara verilen en önemli ödüllerden biri olarak biliniyor. **Tebrikler Curve Animation!**



Türkiye'de Oyun Sektörü

2024'ün En Dikkat Çeken Gelişmeleri

Black State: Türk Oyun Sektöründe Yeni Bir AAA Macera

Türk oyun stüdyosu Motion Blur, geliştirdiği Black State adlı AAA kalitesindeki aksiyon-macera oyunuyla 2024 yılında büyük ilgi topladı. Unreal Engine 5 ile geliştirilen oyun, yüksek kaliteli grafikleri ve yenilikçi oynanış mekanikleriyle dikkat çekiyor.

Black State, oyuncuları gizemli bir bilim insanı grubu olan "Architects" ile epik bir maceraya sürüklüyor. Gerçek zamanlı geçişler, farklı düşman türleri ve zengin hikaye anlatımı, oyunun öne çıkan özelliklerinden. İlham kaynakları arasında Metal Gear Solid ve Portal gibi oyunlar yer alıyor.

Fragmanlarında sergilenen NVIDIA RTX 5090 teknolojisiyle göz kamaştırıcı görseller, oyunun teknik gücünü ortaya koyuyor. PC için Steam ve Epic Games Store'da yayınlanması planlanan oyunun çıkış tarihi henüz netleşmedi.

Black State, Türk oyun sektörünün uluslararası arenada güçlü bir temsilcisi olmaya aday. Merakla beklenen bu yapım, şimdiden istek listelerinde yerini almış durumda.



Türkiye'de Oyun Sektörü

2024'ün En Dikkat Çeken Gelişmeleri

Nokta Games - Supermarket Simulator Başarısı

2024 yılında Nokta Games tarafından geliştirilen Supermarket Simulator, Steam'in "2024'ün En İyileri" listesinde yer aldı. Steam'in "2024'ün En İyileri" listesine giren oyun, En Çok Satanlar ve En Çok Oynananlar kategorilerinde yer alarak dikkatleri üzerine çekti.

Oyunculara kendi süpermarketlerini yönetme imkanı tanıyan Supermarket Simulator, envanter yönetimi, personel işe alma, fiyat belirleme ve tasarım gibi detayları içeren yenilikçi oyun mekanikleriyle öne çıktı. Oyun, bu özellikleriyle kısa sürede geniş bir oyuncu kitlesine ulaştı ve Steam kullanıcılarından "Overwhelmingly Positive" (Ezici Çoğunlukla Olumlu) değerlendirmesi aldı.

Supermarket Simulator'ın bu başarısı, hem bağımsız oyun geliştiricilere ilham kaynağı oldu hem de Türk oyun sektörünün küresel pazardaki etkisini bir kez daha ortaya koydu. Nokta Games, bu başarıyı Steam'in yıl sonu listelerinde de yer alarak taçlandırdı ve Supermarket Simulator, 2024 yılının en dikkat çeken bağımsız oyunlarından biri oldu.



Türkiye'de Oyun Sektörü

2024'ün En Dikkat Çeken Gelişmeleri

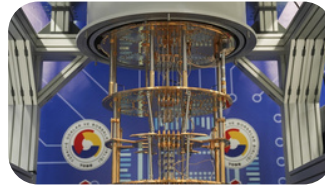
Türkiye'nin İlk Kuantum Bilgisayarı: QUANT

Türkiye, 2024 yılında teknoloji alanında tarihi bir adım atarak ilk kuantum bilgisayarı QUANT'ı tanıttı. TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi (ETÜ) ve Ulusal Kuantum Araştırma Merkezi (UKAM) iş birliğiyle geliştirilen bu bilgisayar, 17 Mayıs 2024 tarihinde Ankara'da düzenlenen törenle bilim dünyasına duyuruldu.

QUANT, kuantum fiziğinin temel ilkeleri olan süperpozisyon ve dolaşıklık gibi özellikleri kullanarak klasik bilgisayarlardan çok daha hızlı ve karmaşık işlemleri gerçekleştirme kapasitesine sahiptir. Özellikle büyük veri analizi, yapay zeka, kriptografi ve simülasyon gibi alanlarda çığır açıcı yenilikler sunması bekleniyor.

Oyun sektörü için QUANT, gerçekçi fizik motorları, karmaşık yapay zeka uygulamaları ve devasa açık dünya simülasyonlarının geliştirilmesine katkıda bulunabilir. Geliştiriciler, bu teknolojiyle daha hızlı prototip oluşturma, büyük veri analizi yapma ve oyun performansını optimize etme avantajı elde edebilirler.

QUANT'ın tanıtımı, Türkiye'nin yalnızca bilimsel kapasitesini değil, aynı zamanda teknoloji üretimindeki kararlılığını ve küresel teknoloji sahnesindeki iddiasını güçlendirdi. Bu adım, Türkiye'nin uluslararası alandaki teknoloji rekabetinde söz sahibi olma hedeflerini destekleyen stratejik bir başarı olarak değerlendiriliyor.



Türkiye'de Oyun Sektörü

2024'ün En Dikkat Çeken Gelişmeleri

Yusuf Dikeç'in Sportif Başarısı (Dolaylı Yoldan Etki)

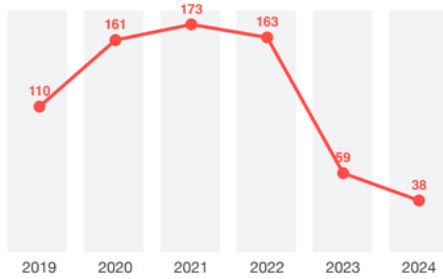
Türk milli sporcumuz Yusuf Dikeç, uluslararası arenada elde ettiği sportif başarılarıyla gündeme damga vurdu. Şeval İlayda Tarhan ile beraber atıcılıkta olimpiyatlarda Türkiye'ye ilk olimpiyat madalyasını kazandıran ve Paris 2024'teki atış tarzıyla (Bir eli cebinde ve ekipmansız) dünya çapında ünlenen Yusuf Dikeç, sadece spor dünyasının değil, aynı zamanda dijital dünyanın da ilgi odağı haline geldi.

Oyun topluluklarında ve anime gruplarında, Yusuf Dikeç, birçok oyun karakterine ilham kaynağı olarak önerildi. Özellikle aksiyon ve spor temalı oyunlarda, karizmatik duruşu ve disiplinli yapısıyla karakter modellemeleri için ideal bir figür olarak değerlendirildi. Forumlar ve sosyal medya platformlarında oyuncular, onu popüler oyun serilerinde görme isteklerini dile getirirken, bağımsız bir çok tasarım da global basında geniş yankı uyandırdı. Yusuf Dikeç'in bu etkiyi yaratması, oyun sektöründe Türkiye'nin uluslararası görünürlüğüne katkı sağladı.



Oyun Sektöründe Yatırımlar

Yıllara Göre Türkiye'de Kurulan Startup'lar

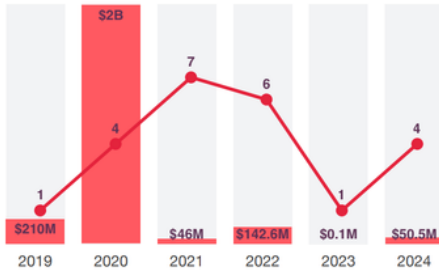


- 2019 - 110 Adet Oyun Startup
- 2020 - 161 Adet Oyun Startup
- 2021 - 173 Adet Oyun Startup
- 2022 - 163 Adet Oyun Startup
- 2023 - 59 Adet Oyun Startup
- 2024 - 38 Adet Oyun Startup

Toplam kurulan 1055 oyun start-up'ının 211'i kapanırken 844'ü hala faaliyet göstermektedir



Son 6 Yılda Yerli Oyun Sektöründeki Exit Yapan Firma Sayısı








- 2019 yılında 1 adet, toplam 210 Milyon \$
- 2020 yılında 4 adet, toplam 2 Milyar \$
- 2021 yılında 7 adet, toplam 46 Milyon \$
- 2022 yılında 6 adet, toplam 142.6 Milyon \$
- 2023 yılında 1 adet, 0.1 Milyon \$
- 2024 yılında 4 adet, toplam 50.5 Milyon \$

Oyun Sektöründe Yatırımlar

2024 Yılında En Çok Fon Toplayan Startuplar ve En Çok Fon Sağlayan Yatırımcılar






TOP GAMING DEALS IN 2024

	\$50M
	\$30M
	\$18M
	\$10M
	\$3.5M

	• Digiage - 6
	• BIGG - 3
	• e2VC - 3
	• Latons Ventures - 3
	• Ludus Ventures - 2

Türk Oyun Sektöründeki En Büyük 5 Exit

TOP EXITS (ALL TIME)

	\$1.8B
	\$250M+
	~\$200M
	\$180M
	\$100M

TOP ACQUIRERS (ALL TIME)

	7
	1
	1
	1

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



Oyun Sektöründe Yatırımlar

Türk Oyun Sektöründe 2024'te Ne Kadar Yatırım Yapıldı?



- 2019 yılında 6 adet, toplam 8.4 Milyon \$
- 2020 yılında 20 adet, toplam 20 Milyon \$
- 2021 yılında 54 adet, toplam 520 Milyon \$
- 2022 yılında 28 adet, toplam 113 Milyon \$
- 2023 yılında 47 adet, toplam 32.4 Milyon \$
- 2024 yılında 20 (+) adet, toplam 120 Milyon \$ (+)

Not 1: Tablodaki veriler, yalnızca Türkiye'deki yatırımları kapsamakta olup, varlık satışları bu verilere dahil edilmemiştir.

Not 2: Dream Games'in 2022 yılına ait anlaşması, güncel tabloda 2021 yılına kaydedilmiştir.

Not 3: Kripto odaklı anlaşmalar ve performansa dayalı satış fiyatları hesaplamalara dahil edilmemiştir.

- 2024'te Türkiye'de tohum, erken ve sonraki aşamalar dahil olmak üzere toplam 20'den fazla yatırım turu gerçekleştirildi. Bu yatırımlarla 119.7 milyon dolar fonlama sağlandı. Pandemi sonrası toparlanma devam ederken, 2021'in rekor seviyelerinin oldukça gerisinde kaldı.
- Türkiye, 2024 yılında Avrupa ve MENA bölgesinde en fazla tohum aşaması yatırımı yapılan ilk 5 ülke arasında yer aldı. Bu durum, oyun ve teknoloji girişimlerinin tohum aşamasında uluslararası ilgiyi çekmeye devam ettiğini gösteriyor.
- 2024 yılında, özellikle oyun, yapay zeka (AI), enerji ve fintech girişimleri yatırımcıların dikkatini çekti. Yatırım adedi açısından oyun sektörü, hala en fazla ilgi gören sektörlerin başında yer alıyor.
- 2024 yılında yabancı yatırımcıların Türkiye'deki yatırım turlarına katılım oranı bir miktar artış gösterdi ve %15 seviyelerine ulaştı. Bu, önceki yılın %10 seviyelerine kıyasla yabancı ilginin yeniden toparlanma sinyalleri verdiğini ortaya koyuyor.

Oyun Sektöründe Yatırımlar

Şirket	Yatırımcı	Yatırım Miktarı
Spyke Games	Moon Active	USD 50.000.000
Grand Games	Balderton Capital, Laton Ventures, Bek Ventures, Mert Gür	USD 30.000.000
Agave Games	Felix Capital, Balderton Capital, e2vc	USD 18.000.000
Cypher Games	Play Ventures, e2vc (Fund II), The Raine Group, Hüsnü Akın Babayiğit, Riccardo Zacconi, Humam Sakhnini, Barry Cottle	USD 10.000.000
Joygame	Boğaziçi Ventures	USD 7.500.000
Mega Fortuna		USD 5.600.000
Mage Games	Actera Group, Ludus Ventures GSYF	USD 3.500.000
Grand Games	Laton Ventures, Bek Ventures	USD 3.000.000

Oyun Sektöründe Yatırımlar

Şirket	Yatırımcı	Yatırım Miktarı
Midas Games	Ludus Ventures GSYF, Ludus Ventures	USD 1.000.000
Fiber Games	Boğaziçi Ventures (BV Growth), Arz Portföy 4. GSYF, Inveo Ventures Co-Investment GSYF, Arz Portföy 5. GSYF, Ersin Taşkın, Erhan Taşkın, Birol Özkan	USD 600.000
Metriqus	Akbank Venture Builder GSYF	USD 400.000
NBL Games	Heaventures, Undisclosed Investor	150 Milyon TL Değerleme Üzerinden Yatırım
Yuyuto Games	FonAngels	USD 270.000
Mixer Games	Diffusion Capital Partners (Fund II), WePlay Ventures, Stratejik Melek Yatırımcılar	5 Milyon Dolar Değerleme Üzerinden Yatırım
Joinco Games	Stratejik Melek Yatırımcılar	USD 140.000
Efsun Games	Vialand	2 Milyon Dolar Değerleme Üzerinden Yatırım

Oyun Sektöründe Yatırımlar

Şirket	Yatırımcı	Yatırım Miktarı
Wide Game Studio	Kültepe GSYF, Vedat Çavuşoğlu, Fatih Şahin	1,2 Milyon Dolar Değerlemeyle Tohum Öncesi Yatırım
Gamer Arena	Domino Ventures	6 Milyon Dolar Değerleme Üzerinden Yatırım
Piagmo	Virgosol	10 Milyon TL Değerleme Üzerinden Yatırım
Pine Games	500 Emerging Europe, Laton Ventures, Mert Gür (Loop Games Kurucusu)	10 Milyon TL Değerleme Üzerinden Yatırım
Byterise	VL Media Yazılım Tanıtım Bilişim Danışmanlık İç ve Dış Ticaret A.Ş. - Moris Alhale	7 Milyon Dolar Değerlemeyle Tohum Öncesi Yatırım

Bu liste, 2024 yılı itibarıyla Türkiye oyun sektöründe gerçekleşen yatırım anlaşmalarının detaylarını içermektedir. Ancak, raporun kapsamlı ve odaklı bir yapıda kalmasını sağlamak adına, 50 bin dolar ve altındaki yatırımlar dahil edilmemiştir.

Daha küçük ölçekli yatırımlar da sektörün büyümesine katkı sağlarken, bu raporda yalnızca belirli bir eşğin üzerindeki yatırım turlarına odaklanılmıştır. Raporun sürekli güncellenebilir olması nedeniyle, listede yer almadığını düşünen yatırımcılar ve girişimler bizimle iletişime geçerek bilgilerini paylaşabilirler.

Oyun ekosistemine yapılan her yatırımın önemli olduğuna inanıyor ve sektörün gelişimini destekleyen tüm girişimcilere ve yatırımcılara teşekkür ediyoruz.

Oyun Sektöründe Yatırımlar

2024 yılı, Türkiye oyun sektörü için dönüşüm ve büyümenin iç içe geçtiği bir dönem oldu. Küresel ekonomik zorluklara rağmen, sektörümüz dinamik yapısını koruyarak dikkat çekici başarılarla imza attı.

PC Oyunlarına Yöneliş ve Yeni Başarılar

Mobil oyun sektöründeki yoğun rekabet ve başarıya ulaşmanın zorluğu, geliştiricileri alternatif platformlara yönlendirdi. Bu bağlamda, PC oyunları yeniden yükselişe geçti. Türkiye'deki oyun geliştiricileri de bu fırsatı değerlendirerek PC oyunlarına odaklandı ve 2024'te önemli başarılar elde etti. Liars Bar, 2024 Steam Ödülleri'nde En Yenilikçi Oynanış Ödülü kazanarak Türk oyun ekosisteminin uluslararası alanda ne denli güçlü ve rekabetçi olduğunu bir kez daha kanıtladı.

Dream Games'in Küresel Başarısı

Türkiye'nin ikinci unicorn'u olan **Dream Games**, dünya çapında takdir toplayarak büyümesini sürdürdü. Şirketin geliştirdiği **Royal Match** oyunu 2024 yılında 1.4 milyar dolar yıllık gelir elde ederek büyük bir başarıya imza attı.

Referans: Sensor Tower

Yapay Zeka ile Oyun Geliştirme

Yapay zeka, oyun geliştirme süreçlerini hızlandırarak sektörde önemli bir rol oynamaya başladı. Türk oyun şirketleri de bu dönüşümü yakalayarak, yapay zekayı oyun tasarımına entegre etti ve pazardaki paylarını artırma yolunda önemli adımlar attı.



BARIŞ ÖZİSTEK
BOĞAZIÇI VENTURES
YÖNETİCİ ORTAĞI

BOĞAZIÇI
VENTURES

Oyun Sektöründe Yatırımlar

Boğaziçi Ventures, oyun sektöründe yapay zeka odaklı yenilikleri destekleyerek, geliştiricilerin üretim süreçlerini hızlandırmasına ve oyun deneyimlerini daha dinamik hale getirmesine yardımcı oluyor. AI tabanlı içerik üretimi, oyun içi kişiselleştirme ve kendini yenileyen oyun dünyalarına yatırım yaparak, Türkiye'nin oyun ekosistemini küresel rekabette öne çıkarmayı hedefliyor.



BARIŞ ÖZİSTEK
BOĞAZIÇI VENTURES
YÖNETİCİ ORTAĞI

BOĞAZIÇI
VENTURES

Oyun Sektöründe Yatırımlar

Boğaziçi Ventures'ın Yatırımları ve Joygame

Boğaziçi Ventures, Türkiye'nin ilk büyük oyun yayıncılarından olan Joygame'in Pre-IPO fonu aracılığıyla Joygame'e ileri aşama yatırım yaparak, aylık 4 milyon üzerindeki aktif oyuncusuyla birlikte Türkiye'nin halka açık ilk oyun şirketi olma yolunda ilerleyen Joygame'e bu süreçte destek verdi.

2024 yılında oyun sektöründe 7 adet şirkete yatırımı ile sektördeki en aktif yatırım şirketlerinden biri olmayı da sürdürdü.

ESA ve Esport Pazarındaki Gelişmeler

Global esport pazarı büyümeye devam ederken, Türkiye'de bu alanda iddiasını sürdürüyor. Boğaziçi Ventures'ın portföy şirketlerinden biri olan **ESA Esports Arena**, Türkiye'nin en büyük esport şirketi olarak sektörde lider konumda bulunurken, global esport piyasasında da fark yaratmaya ve global bir çok turnuvanın organizatörü olmaya devam ediyor...

2024 yılı, Türkiye oyun sektörü için yenilikçi yaklaşımlar ve uluslararası başarılarla dolu bir dönem oldu. Boğaziçi Ventures olarak, ekosisteme desteğimizi sürdürerek yeni unicorn şirketlerin ve global başarıların ortaya çıkmasına katkı sağlamaya devam ediyoruz.



BARIŞ ÖZİSTEK
BOĞAZIÇI VENTURES
YÖNETİCİ ORTAĞI

BOĞAZIÇI
VENTURES

JOYGAME



Türkiye Esport Federasyonu TESFED

TESFED 2024 Yılı Değerlendirmesi - Uluslararası Başarılar

Türkiye Esport Federasyonu olarak, 2024 yılında esport ekosistemimizi geliştirmek, ulusal ve uluslararası alanda ülkemizi başarıyla temsil etmek amacıyla birçok önemli faaliyeti hayata geçirdik.

IESF Dünya Esport Şampiyonası 2024 (Riyad)

PUBG Mobile branşında Türkiye Milli Takımı altın madalya kazanarak şampiyon oldu. Dota 2 branşında Milli Takımımız dünya üçüncüsü olarak bronz madalya elde etti. Dünya Esport Şampiyonası'nda genel sıralamada ülke olarak 2. sırada tamamlayarak büyük bir başarıya imza attık.

eFIBA NBA 2K Şampiyonası 2024 (Filipinler)

Türkiye NBA 2K Milli Takımı gümüş madalya kazandı. Türkiye NBA 2K Milli Takımı, eFIBA Avrupa Bölgesel Elemelerinde kazandığı şampiyonluk sonrası Filipinler'deki eFIBA Dünya Finalleri'nde gümüş madalya kazandı.



**ALPER AFŞİN
ÖZDEMİR**
TÜRKİYE ESPOR
FEDERASYONU
BAŞKANI

TESFED
TÜRKİYE ESPOR FEDERASYONU

Türkiye Esport Federasyonu TESFED

TESFED 2024 Yılı Değerlendirmesi - Ulusal Etkinlikler

TESFED Esport Şöleni

Türkiye Esport Federasyonu'nun ev sahipliğinde 31 Mayıs-1 Haziran tarihlerinde Maslak ESA'da gerçekleşti. İki gün boyunca süren etkinliğin ilk gününde düzenlenen çalıştayda, TEFED stratejileri, 2018 yılından bu yana yürütülen faaliyetler, hayata geçirilen projelerin yanı sıra; TEFED talimatları kapsamında il temsilcilerimiz, kulüpler ve organizatörler, talimatlar hakkında bilgilendirildi. Panelde talimatların yanı sıra; hukuksal ve mali konular ile Esport Millî Takımlarının faaliyet durumu da ele alındı.

Öte yandan; TEFED ile Azerbaycan Esport Federasyonu arasında bir protokol imzalandı. Yapılan protokol sonucunda, iki ülke arasında esportun yaygınlaşması adına yapılacak iş birlikleri ve destekleyici projeler, önümüzdeki dönem hayata geçirilecek.

TESFED Esport Şöleni'nin ikinci gününde ise çeşitli etkinlik ve gösteri maçları ile esport tutkunları bir araya geldi. Papara Supermassive ile Fire Flux arasında oynanan Valorant maçının yanı sıra Eternal Fire oyuncularından oluşan Team Xantares ile Team Woxic arasında da CS2 gösteri maçı düzenlendi. Etkinlikte oluşturulan alanlarda esport tutkunları, gün boyu çeşitli aktivitelerle unutulmaz bir şölene tanıklık etti.



**ALPER AFŞİN
ÖZDEMİR**
TÜRKİYE ESPOR
FEDERASYONU
BAŞKANI



Türkiye Esport Federasyonu TESFED

TESFED 2024 Yılı Değerlendirmesi - Ulusal Etkinlikler

TESFED Türkiye Kupası 2024

TESFED Türkiye Kupası, ESA Esport Arena'da büyük bir final organizasyonu ile tamamlandı. 26 Aralık'ta başlayan etkinlikte, esport ekosisteminin gelişimine yönelik istişare toplantıları düzenlendi.

27 Aralık'ta yapılan finallerde, şu branşlarda şampiyonlar belirlendi:

- Valorant: BBL PCIFIC
- Dota 2: AtmacaEsport Kulübü
- MLBB: Resplendent Dominion
- EA FC25: Mert Altıntop
- NBA 2K25: Papara SuperMassive
- PUBG Mobile: Brx Mumia Esports
- CS2: Sagolasın



**ALPER AFŞİN
ÖZDEMİR**
TÜRKİYE ESPOR
FEDERASYONU
BAŞKANI



TESFED
TÜRKİYE ESPOR FEDERASYONU

Türkiye Esport Federasyonu TESFED

TESFED 2024 Yılı Değerlendirmesi

Eğitim ve Mevzuat Çalışmaları

Esport 1. Kademe Antrenör Yetiştirme Kursu düzenlenerek sektördeki profesyonellerin yetiştirilmesi sağlandı. Yarışma ve Disiplin Talimatları güncellenerek daha sistematik bir yapı oluşturuldu.

TESFED 2. Olağan Genel Kurulu

TESFED'in 2024 yılı TEFED Olağan 2. Genel Kurulu başarıyla gerçekleştirilmiştir. Stratejik planlama, lisanslama, eğitim faaliyetleri ve uluslararası iş birlikleri ele alınmış, önümüzdeki 4 yıllık süreç için güçlü bir strateji oluşturulması kararlaştırılmıştır. Sn. Başkan Alper Afşin Özdemir oy çokluğuyla yeniden 4 yıllık göreve seçilerek güven tazelemiştir.



**ALPER AFŞİN
ÖZDEMİR**
TÜRKİYE ESPOR
FEDERASYONU
BAŞKANI

TESFED
TÜRKİYE ESPOR FEDERASYONU

Türkiye Esport Federasyonu TESFED

TESFED 2024 Yılı Değerlendirmesi ve Strateji Planı 2025

Yapılan Anlaşmalar

Azerbaycan Esport Federasyonu ile Mutabakat Zaptı imzalandı.
İngiltere Esport Federasyonu ile Mutabakat Zaptı imzalandı.

Lisanslamalar

97.358 lisanslı sporcu sayısına ulaşıldı.

TESFED'in 2025 Stratejik Planı

Sürdürülebilir bir esport ekosistemi oluşturmayı hedeflemektedir.

Vizyon

Türkiye'yi esport alanında global bir marka haline getirmek.

Hedefler

- Tüm esport kategorilerinde uluslararası turnuvalarda dereceye girmek.
- Kadın esport takımlarını desteklemek ve artırmak.
- Eğitim platformlarını çevrimiçi erişime açmak
 - Eğitimcilerle uluslararası standartlarda materyal sunmak.
- İlk Esport Olimpiyatları'na katılım ve başarı hedeflemek.



**ALPER AFŞİN
ÖZDEMİR**
TÜRKİYE ESPOR
FEDERASYONU
BAŞKANI



LEVEL INFINITE 2024

2024 Level Infinite Değerlendirmesi ve 2025 Beklentileri

2024 yılı, oyun dünyasında büyük yeniliklerin ve heyecan verici gelişmelerin yaşandığı bir yıl oldu. Level Infinite olarak, oyunculara her zaman, her yerde oynayabilecekleri orijinal oyun deneyimleri sunma vizyonumuz doğrultusunda önemli adımlar attık. Aynı zamanda, oyun sektörüne yönelik sağladığımız hizmetlerle geliştiricileri ve stüdyoları destekleyerek, onların küresel oyun topluluğuna ulaşmasını sağladık.

2024'te Neler Yaptık?

2024 bizim için dolu dolu geçti. 100'ün üzerinde proje tamamlayarak Türkiye oyun ekosisteminin önemli bir parçası olmaya devam ettik. Kitlemizle kurduğumuz bağı güçlendirebilmek adına hayatlarının farklı noktalarına dokunabileceğimiz alanlarda kurguladığımız projeler ile; en çok sevilen influencerlar ile çığırın içeriklerden, en çok dinlenen sanatçılar ile birlikte en büyük gençlik festivallerine, OOH çalışmalarından televizyon ekranlarına ve, özel film gösterimlerine kadar uzandık. Yayınladığımız oyunların yerel operasyonlarını da kullanıcılarımız için olabilecek en üst seviyede bir deneyim için optimize ediyoruz ve özellikle Türkçe dil desteği sağlayabilmek adına büyük çaba sarf ediyoruz.



CAN GÜRSU
LEVEL INFINITE
TÜRKİYE ÜLKE
MÜDÜRÜ



LEVEL INFINITE 2025

2025'te Neler Bekliyoruz?

2025 yılında oyuncular için daha fazla seçenek sunmayı hedefliyoruz. Oyun yelpazemizi genişleterek her türden oyuncuya hitap eden yenilikçi yapımları sunmaya devam edeceğiz. Her zaman, her yerde oynanabilecek, bağ kurmaya ve erişilebilirliğe odaklanan oyun deneyimlerini ön planda tutacağız. Geliştiriciler için destekleyici bir ekosistem oluşturarak, onların yaratıcı potansiyellerini en üst seviyeye çıkarmalarına yardımcı olacağız. Küresel oyun topluluğuna erişimlerini artırarak, projelerini daha geniş kitlelere ulaştırmalarını sağlayacağız.

2025'te, PUBG Mobile'in 7. yılını kutluyoruz. Türkiye'nin en büyük oyunlarından biri olan PUBG Mobile, oynanma süresi ve aktif kullanıcı sayısı bakımından zirvede kalmaya devam ediyor.

Honor of Kings, dünya çapında olduğu gibi Türkiye'de de büyük ilgi gördü ve mobil MOBA deneyimini daha geniş kitlelere ulaştırıyor.

Guardians of Glory ise anime severler için özel olarak geliştirdiğimiz aksiyon RPG oyunumuz olarak büyük beklenti yarattı. Yakın zamanda oyuncularımızla buluşturacağımız bu oyun, türünün en dikkat çekici yapımlarından biri olmaya aday.

Path of Exile 2, uzun süredir üzerinde çalıştığımız ve erken erişimde büyük yankı uyandıran ARPG oyunumuz. 2025 içinde ücretsiz olarak oyuncularımızla buluşturacağız ve bu heyecanı paylaşmak için sabırsızlanıyoruz.



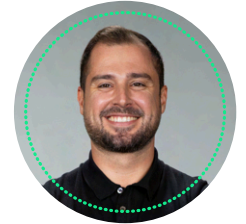
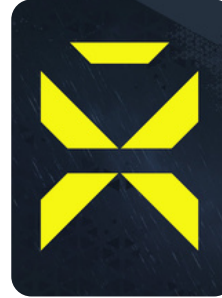
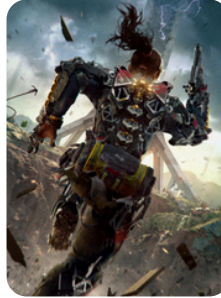
CAN GÜRSU
LEVEL INFINITE
TÜRKİYE ÜLKE
MÜDÜRÜ



LEVEL INFINITE 2025

Exoborne, battle royale ve extraction shooter türüne getireceği yeniliklerle tüm oyuncularımızı heyecanlandıran bir proje olarak öne çıktı. PVEVP dinamikleri ile fark yaratacak olan oyunumuzu bu yıl içinde piyasaya sürerek oyun dünyasında yeni bir soluk getirmeyi hedefliyoruz.

Sonuç olarak, 2024 yılında büyük başarılarla imza attık ve 2025'te de bu başarıları daha ileriye taşımayı hedefliyoruz. Level Infinite olarak, oyun dünyasında yenilikçi ve oyuncu odaklı bir vizyonla ilerlemeye devam edeceğiz. Heyecan verici yeni projelerimizle, 2025 yılını da oyuncularımız için unutulmaz kılacağız.



CAN GÜRSU
LEVEL INFINITE
TÜRKİYE ÜLKE
MÜDÜRÜ



RIOT Games 2024

2024 yılı, Riot Games için yenilikçilik ve topluluk odaklı güzel bir yıl oldu. League of Legends ve VALORANT başta olmak üzere tüm ürün ve oyunlarımız ile topluluğumuza farklı alanlarda en iyi deneyimi sunmaya çalıştığımız bir yıl oldu.. Espor ekosistemimiz, hem global hem de yerel ölçekte önemli adımlar attı.

2024'te ayrıca, Arcane sezon 2'yi oyuncularımız ve Arcane hayranları ile buluşturduğumuz için çok mutluyuz. Oyunun ötesinde unutulmaz bir hikaye anlatımını Türkiye'de oyunculara sunabildik. Ayrıca 2024 yılında VALORANT'ın konsol sürümünü de çıkışını gerçekleştirmiş oldu. İlk defa konsol platformunda F2P bir oyunumuz ile oyuncular ile buluşmuş olduk.

Topluluğumuzun bir araya geldiği organizasyonların etkisini daha fazla gördüğümüz bir yıl oldu. Uzun zaman sonrasında oyuncuların günlük hayatına girebildiğimiz VALORANT'ın izleme etkinlikleri, GIST festivali, Arcane: Topluluk günü etkinliklerimiz ile topluluğa yatırım yapmaya devam ettik. Hemen hemen her ürünümüz için farklı bir etkinliği sene içerisinde oyuncularımız ile buluşturmuş olduk. Özellikle Ramazan ayında global olarak gerçekleşen Wild Rift kampanyamız hem oyun için de hem de sosyal mecralarda oyuncularımızdan iyi reaksiyonlar aldı.



ERDİNÇ İYİKÜL
RIOT GAMES
TÜRKİYE ÜLKE
MÜDÜRÜ



RIOT Games 2025

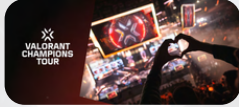
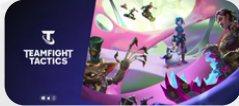
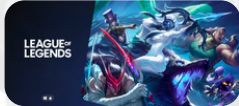
2025 yılında, 2024'te hızlandırdığımız topluluğun bir araya gelerek katıldığı oyun etkinliklerini artırmak istiyoruz. Yeni içerik ve oyunlarımızın oyuncularımız ile buluşacağı fırsatları belirliyoruz. Bu fırsatlar ile farklı türlerdeki potansiyel oyuncuları da topluluğumuzun bir parçası yapacağız. Espor partnerlerimiz ile yakın ilişkilerimizi sürdürüyoruz. Rekabetçi platformlar ve altyapıda kendini göstermek isteyen oyuncularımız için alternatifler sunacağız.

Topluluğun bir araya geleceği bize özel Ramazan dönemi etkinlikler, izleme partileri, turnuvalar, topluluk buluşmaları 2025 içerisinde hayatımızda yer alacak.

2025 yılında da Riot Games olarak, oyuncularımıza sadece oyunlar sunmanın ötesinde, bir yaşam tarzı ve topluluk deneyimi yaratmaya devam edeceğiz. Bu vizyon, bizi global oyun ve eğlence dünyasında öncü bir marka olarak konumlandırmaya devam edecek. 2025 yılında VALORANT, LoL, Wild Rift ve TFT oyunlarında rekabet, eğlence ve sürpriz içerikler ile dolu bir sene olmasını bekliyoruz.



ERDİNÇ İYİKÜL
RIOT GAMES
TÜRKİYE ÜLKE
MÜDÜRÜ



JOYGAME 2024

2009'dan beri devam eden büyük bir marka var karşımızda. JoyGame'i bize anlatır mısınız? Nereden nereye geldi?

Aslında Türkiye oyun sektöründe ilklerin markasıdır JoyGame. Kurulduğu yıl olan 2009'da ülkemizde açıkçası daha bebek adımları bile atılmamışken uluslararası yayıncılık konusunda faaliyet göstermesi, dijital ödeme sistemleri daha hayatımıza bu kadar entegre değilken epin satış ağı oluşturulup Türkiye'nin her bir ilinde oyuncu ile buluşturması ve bu vizyona sahip ilk firma olması bence çok değerli Türkiye oyun sektörü için.



BURAK GÖZALAN
JOYGAME
YÖNETİCİ ORTAK



Zaten bu başarı da bir diğer ilk olan Türkiye'nin oyun sektöründeki ilk satın almalarını getiriyor ve Güney Kore oyun devi Netmarble 2012 yılında şirketin yayıncılık tarafına yatırım yapıyor, epin satış ağı ise MOL (Money Online) firmasına satılıyor.

JOYGAME 2024

2009'dan beri devam eden büyük bir marka var karşımızda. JoyGame'i bize anlatır mısınız? Nereden nereye geldi?

2021 sonralarına kadar ağırlıklı olarak mobil oyun yayıncılığı konusuna odaklanmış olarak faaliyetlerini sürdüren JoyGame, bu tarihten itibaren ise gerçekleştirdiği stratejik değişikliği ile mobil oyun yayıncılığı faaliyetlerine, yaptığı şirket satın almaları ile dijital medya satın alma, oyun PR ve etkinlik hizmetleri, PC oyun geliştirme ve yayıncılık, VR oyun geliştirme ve yayıncılık, Steam platformu odaklı PC ve VR oyun yayıncılığı gibi faaliyetleri de ekleyerek hızlı bir büyüme yolculuğuna başladı.

Özetle bugün JoyGame çalıştığı 11 oyun stüdyosu ile birlikte Mobil, PC ve VR oyun yayıncılığı faaliyetlerini yürütürken, mobil de casualdan midcore mobil oyunlara, PC'de MMO FPS kategorilerine kadar oyun geliştirmesi de yapabilen bir yapıya ulaşmış durumda.



BURAK GÖZALAN
JOYGAME
YÖNETİCİ ORTAK



JOYGAME 2024

JoyGame mobilde neler yapıyor, belki de kimsenin tahmin edemediği kadar büyük ölçekli bir mobil oyun firması olmuş durumda?

JoyGame olarak günümüzde 7 mobil oyun stüdyosu ile çok yakın çalışıyoruz. Bu stüdyoların 2 tanesi 100% JoyGame stüdyosu ve tür olarak Hybrid Casual'dan Action RPG'ye kadar geniş bir yelpazede yayınlamakta olduğumuz oyunlarımız var. Kendi yayınladığımız oyunlar aracılığı ile Türkiye'ye ciddi bir gelir girişi sağlamamızın yanı sıra, 2025 içerisinde birden çok büyük IP'nin Türkiye mobil oyun yayıncılık haklarını almayı planlıyoruz. Bu konuda görüşmelerimiz devam etmekte.

2025'ten beklentileriniz neler?

Ben 2025'in JoyGame yılı olacağını düşünüyorum. Özellikle 2023 yılı ve 2024 yılında yapmış olduğumuz yatırımların, geliştirmekte olduğumuz oyunların hemen hemen hepsinin geri dönüşünü alacağımız bir yıl olacak. 5'den fazla büyük oyun lansmanımız var. Steam yayıncılığı ile ilgili başladığımız projelerin lansmanları var, VR projelerimizin meyvelerini toplayacağımız bir dönem, özellikle Kore'de kurmuş olduğumuz işbirliklerinin oyun ekosisteminde hayata geçeceği yıl da 2025. Tüm bu gelişmelerin ve beklentilerin üstünde bir de halkı arz hedefimiz var. Dolayısı ile heyecanımız üst seviyede, arka arkaya JoyGame'den büyük haberler duymaya hazır olun...

Daha önce dediğim gibi; JoyGame Türkiye oyun ekosisteminde ilklerin firmasıdır. Bu konuda da süreçlerimizi başarı ile tamamladığımızda evet **Türkiye'nin halka açılmış olan ilk oyun şirketi olacağız**. Bu durumun da ayrı bir sorumluluğu ve gurur var açıkçası. Ama hepimizin bildiği gibi bu bir süreç, umarım bu süreci planladığımız gibi geçip 2025 yılı içerisinde bu hedefimizi de başarı ile sonuçlandıracağız.



BURAK GÖZALAN
JOYGAME
YÖNETİCİ ORTAK



Oyun Sektöründe Büyüme, İnovasyon ve Gelecek Fırsatları

Seviye Atlamanın Tam Zamanı!

Türkiye oyun sektörü, her geçen yıl hız kesmeden büyüyor ve şekil değiştiriyor. Küresel ölçekte 187.7 milyar dolarlık dev bir ekosistemin parçası olan Türkiye, bu pastadan giderek daha büyük bir dilim almaya başladı. Ancak mesele sadece büyümek değil; önemli olan, bu büyümeyi sürdürülebilir hale getirerek global arenada daha güçlü bir konuma ulaşmak.

Doğru stratejiler, güçlü yatırımlar ve inovasyon odaklı yaklaşımlar olmadan bu büyümenin kalıcı olması mümkün değil. Özellikle global fonların organik olarak Türkiye oyun sektörüne ilgi göstermesini sağlamak büyük önem taşıyor. Bu ilginin çekilmesi için, yatırımcıların dikkatini çekecek nitelikte projeler geliştirmek, güçlü pazarlama stratejileri oluşturmak ve ekosistemimizi uluslararası alanda daha görünür hale getirmek kritik bir nokta. Türkiye oyun sektörü, artık yalnızca yerel başarı hikayeleriyle değil, küresel pazarda yankı uyandıracak projelerle de dikkat çekmeli.

Dahası, oyun sektörü aslında yalnızca eğlence endüstrisiyle sınırlı değil; sağlık, eğitim, perakende, finans ve hatta otomotiv gibi birçok sektörü kapsayacak şekilde geniş bir etkileşim alanına sahip. Bu sektörler için oyun, hem yeni nesil kullanıcılarla bağ kurmak hem de dijitalleşme süreçlerine entegre olmak için eşsiz bir fırsat sunuyor. Oyun ekosisteminin sunduğu yenilikçi çözümler ve dinamik yapısı, tüm sektörlerin bu alana entegre olup işbirliği yapmasını sağlayacak yeni modellerin önünü açıyor.



BERK UDER
STARTGATE
PARTNER & BOARD
MEMBER (GROWTH)

STARTGATE
Where dreams come true!

Oyun Sektöründe Büyüme, İnovasyon ve Gelecek Fırsatları

Oyun Dünyasında Reklam: Sadece İzlemek Yetmez, Oynamalısınız!

Eskiden markalar oyun dünyasına temkinli yaklaşırken, artık oyuncularla etkileşime geçmenin önemini kavradılar. Geleneksel reklamcılığın sınırlarını aşan yeni nesil pazarlama stratejileri, oyunların içine doğal bir şekilde entegre edilen reklamlarla şekilleniyor. Zorla dayatılan banner reklamları yerini, oyuncu deneyimini bozmadan marka mesajlarını ileten akıllı çözümlere bırakıyor. Bu da markalar için sadece görünürlüğü değil, aynı zamanda oyuncularla daha güçlü bir bağ kurmayı mümkün kılıyor.

Ancak burada önemli bir konu var: markaların Türkiye’de PC ekosistemine yönelik yatırımlarını artırmaları gerekiyor. Türkiye oyun sektörü, 2024 yılı itibarıyla 800 milyon+ dolarlık bir pazar büyüklüğüne ulaştı ve oyuncu sayısı 45 milyonu geçti. Mobil oyunlar, sektördeki gelirin %60’a yakınına oluştururken, PC ve konsol oyunlarının da önemli bir yer tuttuğu görülüyor. Ancak, PC ve konsol tarafındaki gelir modelleri hala büyük ölçüde oyun içi satışlara ve abonelik sistemlerine dayanıyor.

Markaların PC ve konsol oyunlarına reklam yatırımı yapması, yalnızca oyun geliştiricilerinin projelerini finanse etmelerini sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda sektörün genel büyümesine katkı sunacaktır. Bu alandaki reklam modellerinin çeşitliliği, markalara yaratıcılıklarını sergileyebilecekleri sayısız fırsat sunuyor. Oyun içi billboard’lar, dinamik reklam panoları, markalı içerikler, sponsorluklarla özelleştirilmiş karakterler ve hikâye bazlı marka entegrasyonları gibi modeller, oyun içi reklamcılığın geldiği noktayı gözler önüne seriyor.



BERK UDER
STARTGATE
PARTNER & BOARD
MEMBER (GROWTH)

STARTGATE
Where dreams come true!

Oyun Sektöründe Büyüme, İnovasyon ve Gelecek Fırsatları

PC ve konsol oyunları, sadece banner reklamlarla değil, derinlemesine entegre edilen, oyuncu deneyimine katkı sağlayan yaratıcı reklam çözümleriyle öne çıkıyor. Oyun geliştiriciler ve reklamcılar arasındaki iş birliği arttıkça, oyun sektörünün finansal sürdürülebilirliği daha sağlam temellere oturacaktır. Mobil oyunlar şu an reklamcılar için cazip bir alan olsa da, PC oyunlarının gelişimi için de reklam yatırımları kritik öneme sahip. Bu yatırımlar, oyun stüdyolarının yalnızca projelerini hayata geçirmelerini sağlamakla kalmayacak, aynı zamanda büyüme stratejilerini güçlendirecek. Özellikle PC ve konsol segmentindeki yıllık büyüme oranı %15'i bulurken, markaların bu alana yönelik ilgisi hala düşük seviyelerde. Ancak, oyun içi reklamcılığın dönüşüm geçirdiği bu dönemde, yenilikçi reklam modelleriyle PC ve konsol oyunları için sınırsız yaratıcı fırsatlar doğuyor. Doğru yatırımlarla, PC ve konsol oyunları büyük finansman desteği alabilir ve markalar için önemli bir büyüme alanı haline gelebilir.

Game Jam'ler: Oyun Ekosisteminin Geleceğini Şekillendiren Yetenek Atölyeleri

Oyun sektörü sadece büyük bütçeli projelerle değil, yeni nesil geliştiricilerin yaratıcılığıyla da büyüyor. Game Jam'ler, genç yeteneklerin oyun dünyasına giriş kapısını aralayan, pratik deneyim kazandıran ve inovatif fikirleri besleyen ortamlar sunuyor. Burada sadece kod yazmak değil, ekip çalışması, zaman yönetimi ve yaratıcılık gibi kritik beceriler de gelişiyor. Bu etkinlikler, genç geliştiriciler için gerçek bir sıçrama tahtası niteliğinde. Game Jam'ler, markalar için de büyük bir fırsat sunuyor. Oyun sektörü, sadece tüketicilere ulaşmak için değil, aynı zamanda geleceğin oyun profesyonelleriyle erken temas kurmak ve onların gelişimine katkı sağlamak için mükemmel bir platform. Bu etkinliklere sponsor olmak, hem genç yetenekleri desteklemek hem de sektörde uzun vadeli bir yer edinmek adına önemli bir adım.



BERK UDER
STARTGATE
PARTNER & BOARD
MEMBER (GROWTH)

STARTGATE
Where dreams come true!

Oyun Sektöründe Büyüme, İnovasyon ve Gelecek Fırsatları

Game Jam'ler yalnızca yarışmalar değil, aynı zamanda oyun geliştirme süreçlerinin evrimini hızlandıran, yeni iş birliklerinin ve büyük projelerin doğduğu bir inovasyon alanı olarak dikkat çekiyor. Kim bilir, belki de geleceğin en büyük oyun şirketleri ve en başarılı oyun geliştiricileri tam da bu etkinliklerde ilk adımlarını atıyor!

StartGate olarak, kurulduğumuz günden bu yana Game Jam'lere büyük önem veriyoruz. Şimdiye kadar yaklaşık 1.000 kişi fiziksel olarak, toplamda 10.000'e yakın kişi ise bu etkinliklere katılım sağladı. Ancak bizim için sadece rakamlar değil, ortaya çıkan yeteneklerin sektöre kazandırılması esas önemli olan nokta. Game Jam'ler aracılığıyla desteklediğimiz girişimcilerden bazıları, kısa sürede kendi oyun stüdyolarını kurarak fark yaratmaya başladı. Bu da gösteriyor ki, Game Jam'ler yalnızca bir yarışma değil, oyun ekosisteminin geleceğini inşa eden bir platform. Girişim merkezleri ve fonlar için bu tür etkinlikler bir sorumluluk meselesi; çünkü oyun dünyasının geleceği burada şekilleniyor.



BERK UDER
STARTGATE
PARTNER & BOARD
MEMBER (GROWTH)

STARTGATE
Where dreams come true!



Oyun Sektöründe Büyüme, İnovasyon ve Gelecek Fırsatları

Oyun Sektöründe Pazarlamanın Gücü: Oyunu Oynayan Kazanır!

Bir oyun ne kadar iyi olursa olsun, doğru pazarlama stratejisi yoksa geniş bir kitleye ulaşmak imkânsız hale gelir. Benim bakış açıma göre, bir oyunun başarısında önemli olan tek şey oyunun kendisi değil, arkasındaki pazarlama ve veri analitiği gücüdür. Oyun dünyası artık sadece kod yazıp güzel grafikler üretmekten ibaret değil. Doğru pazarlama stratejileri, veri odaklı büyüme planları ve küresel çapta iyi planlanmış dağıtım modelleri, bir oyunun başarısını belirleyen en büyük faktörlerden biridir.

Türkiye oyun sektörü her geçen yıl büyürken, yerel oyun firmalarının gelir modellerinde hala önemli fırsatlar bulunuyor. Oyun pazarlaması ve markalaşma stratejileri, global standartlara ulaşmak için büyük bir potansiyele sahip. Ayrıca, pazarlama artık sadece oyunları tanıtmak için değil, yeni gelir modelleri yaratmak için de kritik bir alan haline gelmiştir. Oyun içi reklamcılık, abonelik bazlı hizmetler, dinamik içerik güncellemeleri ve içerik odaklı ekonomiler gibi farklı iş modelleri, doğru pazarlama stratejileriyle oyun ekosistemine entegre edilebilir. İyi kurgulanan reklam kampanyaları ve pazarlama süreçleriyle, hem yerel stüdyoların gelir payı artırılabilir hem de oyun dünyasında rekabet avantajı elde edilebilir.

Oyun içi reklamlar, sponsorluk anlaşmaları, etkinlikler ve oyuncu tarafından üretilen içeriklere dayalı yeni gelir kanalları sektöre büyük fırsatlar sunuyor. Bu noktada, Türkiye'de yatırımcıların oyun projelerini desteklerken yalnızca geliştirme aşamasına değil, markalaşma, topluluk oluşturma ve global pazara açılma stratejilerine de odaklanması gerektiğini düşünüyorum. Oyunu yapmak için sadece yarısı; geri kalanı oyuncuya ulaşmak ve ona değerli bir deneyim sunmaktır. Türkiye'de oyun sektörüne yapılan yatırımlar giderek artarken, bu fonların büyük bir kısmı mobil ve PC oyunlarına yönlendiriliyor.



BERK UDER
STARTGATE
PARTNER & BOARD
MEMBER (GROWTH)
STARTGATE
Where dreams come true!

Oyun Sektöründe Büyüme, İnovasyon ve Gelecek Fırsatları

Ancak burada kritik bir eksiklik var: pazarlama odaklı dedike fon yapılarının olmaması. Yalnızca pazarlamaya odaklanan ve oyunları küresel çapta görünür kılacak bir finansman modeli eksik. Bu, oyun stüdyolarının sadece geliştirme aşamasında değil, büyüme ve genişleme süreçlerinde de desteklenmesi gereken önemli bir alan. Oyun pazarlamasına yönelik yapılan harcamaların yetersizliği, potansiyel oyuncu kitlesine ulaşmayı zorlaştırıyor. Markaların ve yatırımcıların bu alana daha fazla kaynak ayırması, sektörün sürdürülebilir büyümesi açısından kritik bir rol oynuyor.

Oyun Dünyasında Gelecek Bulutlu: Yeni Seviye Yükleniyor!

Geleceğe dair en büyük beklentilerimden biri, Türkiye'nin oyun dünyasında daha fazla kendi IP'lerini geliştirerek küresel pazarda güçlü bir konum elde etmesi. Bugüne kadar Türkiye'den çıkan başarılı stüdyolar global ölçekte büyük ilgi gördü, ancak hala kat edilecek çok yol var. Artık yalnızca yerel pazara odaklanmak yerine, uluslararası oyuncu kitlelerine hitap eden güçlü ve sürdürülebilir IP'ler yaratmak gerekiyor.

Mobil oyunlar şu an Türkiye için büyük bir çıkış noktası olmuş durumda, ancak PC ve konsol oyunları tarafında da büyük fırsatlar bulunuyor. Türkiye'deki geliştiriciler için bu alanlar, uzun soluklu projeler üretme ve markalaşma açısından ciddi bir potansiyel taşıyor.



BERK UDER
STARTGATE
PARTNER & BOARD
MEMBER (GROWTH)
STARTGATE
Where dreams come true!

Oyun Sektöründe Büyüme, İnovasyon ve Gelecek Fırsatları

Oyun içi ekonomiler, canlı servis modelleri ve topluluk yönetimi gibi unsurlar özellikle bu segmentlerde fark yaratabilir. Yapay zeka destekli oyun geliştirme süreçleri, kişiselleştirilmiş oyuncu deneyimleri ve dinamik içerik üretimi gibi yenilikçi teknolojiler, Türkiye'deki stüdyolar için büyük fırsatlar sunuyor.

AI destekli oyun dünyaları, oyuncuların anlık kararlarına adapte olabilen dinamik senaryolar ve prosedürel içerik üretimi, oyun geliştiricilerine benzersiz fırsatlar sağlıyor. Türkiye'deki stüdyoların bu alanlara yönelmesi, global rekabette önemli bir avantaj yaratabilir.

Ancak, geleceğin oyun dünyası sadece bu yeniliklerle sınırlı kalmayacak. Cihaz bağımsız bulut tabanlı oyun deneyimi, oyuncuların cihaz sınırlamalarından kurtulmalarını sağlayarak erişilebilirliği artıracak. Şu an için gelişmekte olan bu teknoloji, birkaç yıl içinde ana akım haline gelebilir. Üstelik kuantum bilişimin daha fazla hayatımıza girmesiyle oyunlar, oyuncunun oynama tarzına göre anında optimize olabilecek.

Yapay zeka ile birleşen bu teknoloji, oyuncunun anlık davranışlarına göre oyunu dinamik olarak şekillendirebilir. Kısacası, gelecekte oyunlar sadece oynadığımız değil, biz oynarken kendilerini geliştiren ve adapte olan dijital ekosistemler haline gelebilir.



BERK UDER
STARTGATE
PARTNER & BOARD
MEMBER (GROWTH)
STARTGATE
Where dreams come true!

Espor Nereye Gidiyor?

Espor Ekosistemini 2024 ve 2025 Özelinde Değerlendirir Misiniz?

Bu yıl, global arenada yine yeniliklerin ve farklılıkların öne çıktığı bir yıl oldu. Geçtiğimiz yıla oranla tekrar projelerin sıklıkla karşımıza çıktığını görsek de, yaratıcılığı ve ilham vericiliğiyle dikkat çeken işler, sektöre olan motivasyonumuzu artırdı.

Ülkemizde ise benzer bir başarıyı sınırlı sayıda marka işinde görmüş olsak da, önceki yıllarda başlayan ve kalıcı olacağına inandığımız projelerin devamını görmek bizler için mutluluk vericiydi. Espor sektörü açısından bakıldığında, Türkiye'deki oyuncu kitlesinin büyüdüğü ve özellikle amatör seviyedeki oyuncuların genel anlamda memnun olduğu bir yıl olarak kayıtlara geçti.

Bu süreçte yeniliklerin sınırlı olsa da farklı seviyelerde kendine yer bulması, takımların giderek daha profesyonel bir yapıya kavuşması ve organizasyonların neredeyse hatasız bir şekilde gerçekleştirilmesi, ülkemiz esporu adına önemli bir gelişme olarak değerlendirildi.

2025 yılı için beklentimiz, sektörde yeni markaların cesur projelerle yer alması ve oyun pazarının büyüklüğünü hedef alan markaların daha iddialı yatırımlar yapmasıdır. Türkiye espor sektörü adına, bu yılın yeni fırsatlar ve yeniliklerle dolu bir dönem olacağına inancımız tamdır.

Amatör oyuncudan profesyonel oyuncuya kadar tüm kategorilerde oyuncuların vizyoner ve öngörülü bir yaklaşım sergilediğinin farkına varmalıyız. Bu durum, bizlere projelerimizde yenilikleri, gelişimi ve farklılıkları ön planda tutmamız gerektiğini bir kez daha hatırlatıyor. Aksi takdirde, espor ve oyun sektörü de kendini tekrar eden diğer alanlar gibi zamanla etkisini yitirebilir.



TUGAY SAKAOĞLU
EMBED
CO-FOUNDER



Espor Nereye Gidiyor?

Espor Ekosistemini 2024 ve 2025 Özelinde Değerlendirir Misiniz?

2024 Yılı, Türkiye’de espor kültürünün artık iyiden iyiye oturduğu ancak belirli standartların ve alışkanlıkların dışına çıkılmadığı bir yıl oldu. Markalar ve organizasyonlar, kendilerini kanıtlamış etkinlik formatlarına bağlı kalmayı tercih etti ve bu durum, sektörün belli bir güvenli alan içinde ilerlemesine neden oldu. Bu yüzden de radikal değişikliklerle pek fazla karşılaşmadık.

Fakat bu durağanlık içinde, prodüksiyon kalitesi olarak önemli ölçüde geliştiğimizi görebiliriz. Canlı yayın akışları genellikle konfor alanı dışına çıkmadan, bilindik formatlar etrafında şekillense de teknik altyapı ve görsel sunum açısından sevindirici gelişmeler gördük. Bunun yanı sıra, sektördeki çalışma stillerinin de önceki senelere kıyasla daha da profesyonelleşmeye doğru ilerlemesi söz konusu.

2025 yılına girerken en büyük beklentimiz organizasyonlarda yenilikçi adımlar görmek ve bir nebze de risklerin alındığı projelerin hayata geçirildiğini görebilmek. Kütleleşmiş diyebileceğimiz etkinliklerin ötesine geçerek, izleyiciyi de mutlu edecek daha yeni konseptler, farklı formatlar görebilmek. Çünkü sektörün büyümesi ve gelişimi için sadece teknik iyileştirmeler değil, aynı zamanda içerik ve konsept bazında da cesur adımlar atılması gerektiğine inanıyorum.

Türkiye espor sahnesi, artık sağlam bir temele oturmuş durumda. Bundan sonraki süreçte, bu temelin üzerine daha yenilikçi, daha dinamik ve küresel ölçekte fark yaratacak projeler inşa etmek, sektörün sürdürülebilirliği için kritik önem taşıyor. 2025’in, bu değişimi başlatan ve espor dünyasına yeni bir soluk getiren bir yıl olmasını umuyorum.



ALİ BAKI DUMAN
EMBED
CO-FOUNDER



Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri

Ünlü psikolog Sigmund Freud tarih boyunca insanlığın üç büyük hakarete uğradığını söylemiştir. Bunlardan ilki Kopernik'in evrenin merkezinde güneşin olduğunu keşfetmesi ki o döneme kadar tüm bilim adamları dünyayı evrenin merkezi sanıyordu, ikincisi Darwin'in evrim teorisi ki o döneme kadar inanç sistemlerinin tekelinde olan 'nereden geldik' sorusuna bilimsel bir cevap olmuştur, üçüncüsüyse Freud'un kendisini inceleyerek ortaya attığı bilinçaltı kavramıydı. Öyle ki Freud "insan kendi evinde bile patron değildir, bilinç altı hep başkalarının hatta kendi çocukluğunun etkisindedir" diyerek insanın kibirli tahtını sarsmıştı.

Günümüzde yaşasaydı Freud insanlığın en büyük dördüncü büyük hakarete maruz kaldığını düşünebilirdi. İnsanın bilinçdışının, gizli arzularının hatta kendi bilmediği ihtiraslarının kontrolünü ele geçirdiği yapay zeka tabanlı dijital devrim bunu yapıyor. 2024 senesi de bence özellikle 2023 başında son kullanıcılara "üretici yapay zeka" olarak açılan ChatGPT ve devamında da görüntü, ses, müzik, video ve son olarak oyun geliştirerek olgunlaştığı yıl oldu diyebiliriz.

Bu yapay zeka devrimi yılının oyun ve oyunlaştırma sektörüne de bir çok olumlu ve olumsuz tabi ki yansımaları oldu. Özellikle daha önceden bir eğitim dokümanı üstünden insan gücü kaynağıyla benimde gecelerimi vererek hazırladığım oyunlaştırılmış bilgi yarışmaları soruları, hazine avları haritaları, kaçış oyunları senaryoları gibi oyun materyalleri şuan dakikalar içinde hazır olabilmekte.

Ayrıca bütçesiz bir ödül için olası fikirler için de oyun ve oyunlaştırma kurgularında ChatGPT benzeri çözümler süreci çok hızlandırdılar.



**ERCAN ALTUĞ
YILMAZ**
GAMFED
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri

Olumlu bir yönü de benim de mentorluk yaptığım teknoloji odaklı girişimcilerde oyun fikri olsun oyunlaştırma uygulaması olsun prototip ekranları ve fikirlerini sunabilecekleri platform görsellerini, mobil ara yüzleri ve yaratıcı posterleri de yapay zeka çok hızlı bir çözüm oldu.

Yapay zekanın etkilerinden en önemlisi bu kadar insan gücü gerektiren hem tasarım hem kodlama süreçlerindeki otomatikleştirmenin sektörde çalışan çıkarmalarına, devamında da yaratıcılıktan uzaklaşarak yine yapay zeka kopyası birbirine çok benzer uygulama ve oyunlar görmeye başlamamızı sağladı.

Burada hem gerçek hem yapay zekayla birlikte hibrit denilen ortak üretme metotlarını keşfedebilen kurumların uzun vadede fark yaratacağı kesin.

Buna rağmen paralelde oyunlaştırma sektörü hem müşterilerde sadakat programları üzerinden çalışanlara da çalışan platformları üzerinden başvurma sayısı artarak 18.8 Milyar dolarlık bir paya ulaştı.

2032 yılına kadar bu 94 milyar doları aşarak 100 Milyarlık bir sektör halini alacak. Burada bir kurumun 3 kahve satışından 1 kahve ikramını ölçen basit yazılımların yanı sıra alışveriş sonrasında çevirdiğiniz çarklardan işe alım süreçlerinde oynatılan senaryo bazlı oyun ekranlarına kadar bir pazardan bahsediyoruz.*



**ERCAN ALTUĞ
YILMAZ**
GAMFED
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ

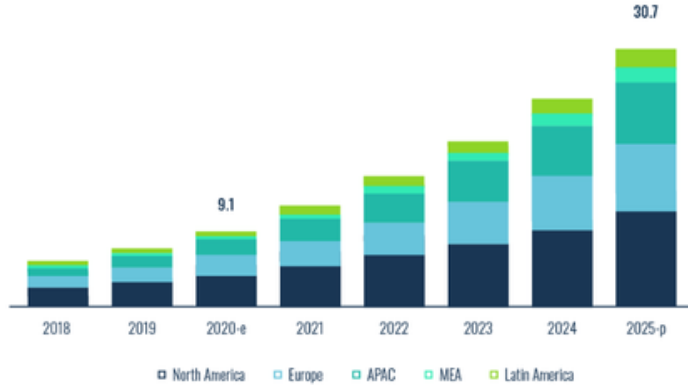


Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri

Oyunlaştırma pazarına biraz daha bölgesel bakarsak Avrupa'da pandemi sonrasında daha oturmuş bir pazar görürken, özellikle Kuzey ve Güney Amerika'da ise Avrupa'nın 2020'ler öncesi yaşadığı büyüme trendinin devamını görmeyi beklediğimizi söyleyebiliriz.

Gartner raporunda Global 2000 listesindeki firmaların %70'inden fazlasının en az 1 sürecinde 'oyunlaştırma' entegre ettiğini gösteriyor. Ancak görece daha küçük işletmeler ve girişimler gibi firmalarda bu oran çok daha düşük**

Gamification Market, by Region (USD Billion)



Source: MarketsandMarkets Analysis



**ERCAN ALTUĞ
YILMAZ**
GAMFED
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri

Türkiye'miz ise, %15 ile Avrupa'da en büyük Z kuşağı nüfusunu barındıran ülke konumunda ve aslında oyunlaştırılmış deneyimlere dijital oyunlarla büyüyen neslin iş hayatına katılmasıyla çok daha büyük fırsatlar beklemekte.

Türkiye'de özellikle 2024 yılında eski yıllara göre kitlelere mal olmuş ve öne çıkan bir oyunlaştırma projesi gözükmezken, özellikle e-ticaret alanında en azından bir 'hediye çarkı' ile bir çok site oyunlaştırmayı deneyimlerine katmış durumda. Yine KOBİ olarak ülkemizde adlandırılan küçük işletmeler ve az sayıda çalışanla bir fikir üzerinden şirketleşmeye çalışan girişimlerde de oyunlaştırma oldukça popülerleşti. Burada bazı firmalar kendi ekipler içinde yazılım ihtiyacını çözerken bazıları hazır platformlara başvurdu.



**ERCAN ALTUĞ
YILMAZ**
GAMFED
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri

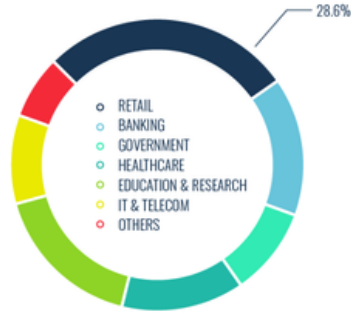
Oyunlaştırmanın dünyada özellikle geçtiğimiz dönemlerdeki gibi daha dinamik ve davranış değişikliğine ihtiyacı olan "parekende" alanında en büyük uygulama alanı olduğunu %28 ile görebiliyoruz.

Devamında bankacılık, sağlık, eğitim gibi alanlarda da oldukça büyük bir yüzdeyle kullanılmaya devam etmekte.

Oyunlaştırmanın, makalemizin başında da bahsettiğimiz gibi "yapay zeka " devriminden oldukça faydalandığını söyleyebiliriz..

Bu dönemde özellikle dünyada ünlü oyunlaştırma uzmanlarından Andrzej Marcewski'nin geliştirdiği "Gamification Talk to the Ninja Monkey" isimli oyunlaştırma kurgusu öneren motor oldukça paylaşıldı.

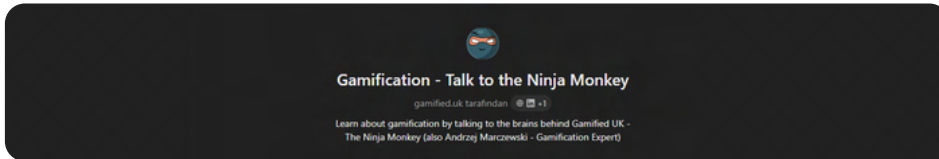
Global Market Share by Industry



Source: Fortune Business Insights (2019)

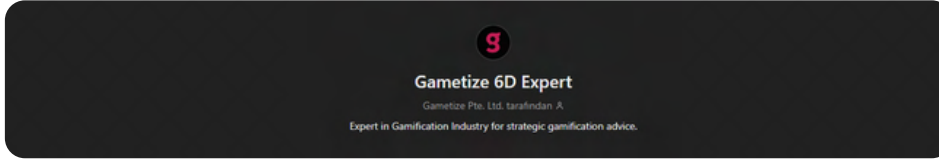


**ERCAN ALTUĞ
YILMAZ**
GAMFED
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri

Singapur merkezli çok güçlü bir oyunlaştırma platformu olan Gametize firması da ChatGPT üzerinden platformuna uygun kurgu geliştirmek üzere bir yapay zeka olan "Gametize 6D Expert" adında bir uygulama geliştirdi:



Türkiye'nin oyunlaştırma topluluğu Gamfed Türkiye ise Ercan Altuğ Yılmaz liderliğinde geliştirdikleri model olan "TOY Gamification Decards - www.gamificationdecards.com" yapay zeka modelini son kullanıcıya ücretsiz açtı. Bu oyunlaştırma kurgusu öneren yapay zekalı modellere böyle 'prompt'lar girildi ve görselleştirildi:

- Bir mobil uygulamamda geçirilecek süreyi artıracak bir kurgu
- Sınıfıma teneffüsten zamanında dönmeyi sağlayacak oscar temalı bir oyunlaştırma
- Şirket içinde fikir toplamak için Master Chef temalı bir oyun



**ERCAN ALTUĞ
YILMAZ**
GAMFED
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri

Yapay Zeka ile oyunlaştırma alanında bu sene popülerleşen bir alan da "işe alım". Özellikle uzun uzadıya doldurulan formlar ve pandemi döneminde mecburen dijitalleşen bu işe alım süreçlerinde artık formlar yerine oyunlar kullanılıyor. Bu oyunlarda aldığınız kararlar ile aranan pozisyonun yetkinliğine uyumluluğunuz değerlendiriliyor. Bu alanda globalde Pymetric Games gibi çok büyük şirketler yer alırken Türkiye'de de HR Peak firmasının kendi bünyesinde geliştirdiği Hiringames (www.hiringames.com) uygulamasında 6 oyunla adayların yetkinliklerini raporlayabiliyorsunuz.



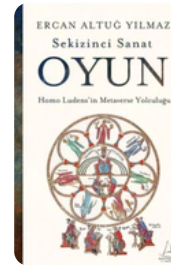
**ERCAN ALTUĞ
YILMAZ**
GAMFED
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



Oyunlaştırmanın 2025 yılında da özellikle yapay zeka ile geliştirilebilen teknoloji kısmındaki çözümlerle sadece büyük bütçeli ve kalabalık ekiplerin olduğu projelerin yanında, kar amacı gütmeyen sivil toplumlar ve bütçesi çok olmayan girişimler ile daha kolay ulaşılabilir olacak ve yaygınlaşacak.

Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri

Gamification, yani Türkçemizde oyunlaştırma olarak geçen oyunu oyun yapan unsurların gerçek hayattaki bir hedef için uygulanması olarak tanımlanan iş modeli için Türkçemizde çıkarılan kaynaklardan bahsedelim. İlk kaynak 2015 yılında Gamfed Türkiye Dünya Oyunlaştırma Federasyonu desteğiyle Abaküs yayıncılıktan çıkan "Herkes için Oyunlaştırma" kitabıdır. Bu kitap birçok üniversitede ders kitabı olarak okutulmaktadır ve 2024 yılında 8. baskısını yapmıştır. Kitap oyunlaştırma adına tanımlardan ve teorilerden giriş seviyesinde bahsederek örnekler paylaşarak tamamlanmaktadır. Devamında 2017 yılında iş hayatından örnekler içeren 2.kitabım "İş'te Oyunlaştırma" kitabı Ceres Yayıncılık tarafından basıldı. Burada bir kurum için oyunlaştırma projesi yaparken takip etmesi gereken adımlar akademik bir dilden uzak 100 kadar sayfada aktarılmıştı. 2020 yılında da o dönem Bahçeşehir Kolejlere, Millî Eğitim Bakanlığı ve TED Derneği gibi eğitim kurumlarındaki eğitimlerimizin çıktılarını öğretmenler için Epsilon Yayınevi tarafından basılan "Oyunların Gücü Adına - Oyunlaştırma Bilimine Giriş" adındaki kitabımızda birleştirdik. İçinde eğitsel oyun tasarımı ve oyunlaştırılmış ders planlarının yer aldığı kitap halen eğitimciler için en değerli kitaptır. Pandemi döneminde Destek Yayınları'ndan oyun tarihi ve sanat üzerine bir kitap olan "Sekizinci Sanat Oyun" kitabını 2022 yılında çıkardım.



**ERCAN ALTUĞ
YILMAZ**
GAMFED
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri

Oyunlaştırma alanında giriş kitapları olarak adlandırılabilir Türkçe diğer kaynaklar Gamfed Türkiye'den dostlarımız Ali Cevat Ünsal, Alper Berber ve Yavuz Samur'un kitapları olarak gösterilebilir. 3 kitabında hem kurumlar hem de eğitimciler için bir giriş kitabı olduğunu söyleyebiliriz.



**ERCAN ALTUĞ
YILMAZ**
GAMFED
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ

2020 yılından sonra özellikle bir çok akademik teze de konu olan oyunlaştırmaya dair tezlerden toplanan bazı kolektif ve akademik kitaplarda mevcuttur.



Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri

Oyunlaştırma adı geçen ve özel bir alanda yazılan ender eserlerden birisi Halkla İlişkilerde Oyunlaştırma kitabıdır.

Yine bir Gamfed Türkiye dostu proje yöneticisi Mualla Yılmaz, ebeveynlere özel kitabında "oyunlaştırma ile çocuk eğitiminde pedagojiyle birlikte oyunlarla neler yapılabilir"i kaleme almıştı. Önsözünü benim yazdığım kitap bu alanda halen tek kaynaktır.

Oyunlaştırma 101 - Kütüphaneler İçin Uygulanabilir Oyunlaştırma Fikirleri kitabı da Ayhan Bozkurt hocamız tarafından özellikle kütüphane yöneten ekipler için birebir fikirlere sahip yepyeni bir eser.

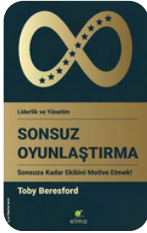


**ERCAN ALTUĞ
YILMAZ**
GAMFED
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri

İngiltere’de o dönem çıkan “Infinite Gamification” kitap çok satanlar listesine girmişti. Elma Yayıncılık tarafından Türkçemize kazandırılan kitap Toby Beresford tarafından biraz daha ekip yönetimi ve liderlik açısından kurgulanan oyunlaştırmalar için 100 sayfalık bir CEO kitabıydı. Gamfed Türkiye özel lansmanı yapılan ve önsözünü benim yazdığım kitap halen en çok satılan oyunlaştırma kitaplarından.



2024 yılına geldiğimizde gördüğümüz üzere benim kitaplarım da dahil olmak üzere Türkçemizdeki oyunlaştırma kitaplarının hem akademik hem de giriş seviyesinde olmasından dolayı bir eksiklik göze çarpıyordu. Bu eksikliği gidermek üzere Bilgi Üniversitesi’nden Gamfed Türkiye gönüllüsü Betül Aras Bayır’ın liderliği ve editörlüğünde 41 Gamfed Türkiye kaptanından 41 makale ile “İleri Oyunlaştırma Teknikleri” kitabı Hümanist yayınevinden yayınlandı. Kitap fiziksel bir lansmanla okuyucularıyla buluştu ve çok kısa sürede 2.baskısını yaptı.

2025 yılında ise Gamfed Türkiye’nin özellikle yabancı uzmanların deneyimlerini de paylaştığı kitapları ekipler kurarak ve yayınevleriyle anlaşarak Türkçemize kazandırma konusunda çalışmalar yapmaktadır. Bunun başını da İngiltere’nin ünlü oyunlaştırma uzmanı Andrzej Marcewski’nin “The Gamification Design Handbook - Oyunlaştırma Tasarımı El Kitabı” yer almaktadır. Mindset Institute Yayınevinden bahar aylarında çıkacak kitabın okuması ve çevirisi tamamlanmış baskı sürecindedir.

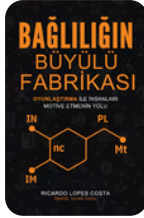


**ERCAN ALTUĞ
YILMAZ**
GAMFED
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri

Dünyanın en önemli oyunlaştırma yazılımlarından birisi olan Funifier firmasının kurucusu Ricardo Lopez Costa'nın Brezilya'da en çok satanlar arasına giren kitabı "Bağlılığın Büyülü Fabrikası" kitabı da Enigma Yayıncılık tarafından Türkçemize kazandırılmış ve çok yakında raflarda olacaktır. Kitabın genel baskısına önsözü Yu-kai Chou yazarken Türkçe baskısına önsözünü Ercan Altuğ Yılmaz yazmıştır.



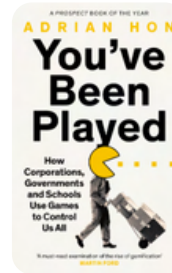
Gamfed Türkiye'nin kurucularından olan Almanya'nın ünlü oyunlaştırma uzmanı Roman Rackwitz 'in de "The Drive" adını verdiği kitabı 2025'in mart ayında Almanya'da yayınlanacaktır. Bu kitabın Alfa Kitap tarafından 2025 yaz aylarında Türkçemize kazandırılması için Gamfed Türkiye gönüllüleri olarak şimdiden çalışmalarına başladık.

Dünyaca ünlü pazarlama gurusu Seth Godin'in 2024'te okuduğum en iyi kitaplar arasındaydı dediği Adrian Hon'un "You've Been Played" aslında bir oyunlaştırma eleştirisi kitabı. Devletlerin kurumların ve okulların oyun ve oyunlaştırmaları nasıl kendi amaçları için oldukça kötü uygulamadıklarından bahseden kitap, başarılı sürdürülebilir ve insan odaklı oyunlaştırma için bir formül de veriyor. Kitabın sonunda da Le Guin'den bir sözle kapatıyor. Bu kitabın da Türkçeye çevrilmesi için Swift Press ile bizzat Ercan Altuğ Yılmaz Londra'da toplantı yaptı ve bu kitap 2025 sonunda Türkçemize kazandırılacak.

'Biz insanların iyi notlar ve iyi bir maaşın peşinde değil – içsel bir öğrenme aşkının peşinde olmalarını istiyoruz.' -Le Guin.



**ERCAN ALTUĞ
YILMAZ**
GAMFED
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



Oyunlaştırmanın Hayatımızdaki Yeri



Dünyada oyunlaştırma alanının öncülerinden kabul edilen Yu-kai Chou kendi geliştirdiği modeli olan Octalysis kitabından sonra 2 kitabını kişisel gelişimi oyunlaştırma üzere "gerçek hayatı" bir oyun olarak kurgulama üzerine "10.000 saat oyun - gerçek hayattaki başarının kilidini aç" isimli kitabını duyurdu. Kitap 2025 bahar döneminde önce Amerika'da kickstarter projesi ile yayınlanacak 2025 sonu Türkçemize kazandırılacaktır.

Ve son sürpriz kitabımız Bilim ve Gelecek Yayınevi'nin "50 Soruda" serisi için Ercan Altuğ Yılmaz ile çalışıldı ve bu kitapta 2025 baharında yayınlanmış olacak.



Ben İngilizce de okurum gamification alanında önerileriniz ne olur ile kapanış yapalım: Yine Yu-kai Chou'nun oyunlaştırma alanında başyapıt olan 700 sayfalık külliyatı, her bir oyun elementini 100'den fazla örnekle açıkladığı ve kendi modeli olan Octalysis üzerinden kurgulaştırdığı "Actionable Gamification- Beyond Points Badges and Leaderboard" kitabı. Devamında benim kurumlardaki projelerimde çokça faydalandığım Stanford Profesörü Amy Jo Kim'in Gamet Thinking - Oyun Düşüncesi kitabı. Yine döngüler ve akış teorisinin oldukça pratik modelleyen Kim'in kitabı teoriden pratiğe geçişte oyuncu görüşmelerinden, oyunlaştırma metriklerine kadar derin iç görüler veriyor. Silikon Vadisi figürü ve Meta kurucusu Mark Zuckerberg'e de verdiği danışmanlıkla tanınan Nir Eyal'in "Hooked - Kanca" kitabı hem oyunların hem de sosyal medyaların bizi nasıl bir döngü içine aldıklarını 4 adımlık bir metotla gösteriyor. Özellikle dijital uygulama geliştiren girişimcilerin okumasını öneririm.



**ERCAN ALTUĞ
YILMAZ**
GAMFED
TÜRKİYE TEMSİLCİSİ



Yapay Zeka (AI) Oyun Sektörüne Yön Verecek mi?

Röportaj

Yapay Zeka ve Oyun Sektörü

Yapay zeka (YZ), oyun sektörünü kökten değiştiriyor. Geliştirme süreçlerini hızlandırarak maliyetleri düşürüyor, oyun deneyimini kişiselleştiriyor ve oyuncu etkileşimini artırıyor.

Geliştirme Süreçlerinde Devrim:

YZ tabanlı araçlar, oyun tasarımını hızlandırırken, karakter animasyonları, seviyeler ve oyun içi hikayeler dinamik hale geliyor. Bu, özellikle indie geliştiriciler için büyük bir avantaj sağlıyor.

Kişiselleştirilmiş Deneyimler:

YZ, oyuncuların davranışlarını analiz ederek oyun dünyasını onlara özel hale getirebiliyor. NPC'lerin daha doğal tepkiler vermesi, hikayelerin seçimlere göre şekillenmesi gibi yenilikler oyuncuları daha derinlemesine içine çekiyor.

E-spor ve Yayıncılıkta Etkisi:

YZ destekli veri analitiği, e-spor stratejilerini geliştiriyor, izleyici deneyimini zenginleştiriyor ve markaların oyun ekosistemine entegrasyonunu kolaylaştırıyor.

Ancak, etik sorunlar, veri gizliliği ve bağımlılık gibi konular tartışma yaratıyor. Yine de YZ, oyun sektörünü daha yenilikçi, erişilebilir ve etkileşimli hale getirerek sektörün geleceğini şekillendirecek en büyük güçlerden biri olmaya aday.



ChatGPT

Yapay Zeka (AI) Oyun Sektörüne Yön Verecek mi?

Röportaj

Yapay Zeka ve Oyun Sektörü

Yapay zeka (AI), oyun sektöründe giderek daha önemli bir rol oynamaya başlıyor ve bu eğilimin devam etmesi bekleniyor. AI, oyun geliştirme süreçlerini hızlandırarak, daha gerçekçi ve dinamik oyun deneyimleri sunmaya yardımcı oluyor. Örneğin, AI destekli karakterler ve düşmanlar, oyunculara daha akıllı ve uyum sağlayabilen rakipler sunarak oyunları daha çekici hale getiriyor. Ayrıca, AI, oyun dünyalarının oluşturulmasında ve içerik üretiminde de kullanılıyor, bu da geliştiricilere zaman ve kaynak tasarrufu sağlıyor.

AI'nın oyun sektörüne yön vereceği düşüncesi, özellikle kişiselleştirilmiş oyun deneyimleri sunma potansiyeliyle destekleniyor. AI, oyuncuların tercihlerine ve oyun tarzlarına göre uyarlanabilen içerikler sunarak, her oyuncuya özel bir deneyim yaratabilir. Bu, oyunların daha uzun süre ilgi çekmesini ve oyuncuların bağlılığını artırmasını sağlayabilir.

Ancak, AI'nın oyun sektöründe tamamen yön verici olması için bazı zorluklar da bulunuyor. Özellikle, AI'nın etik kullanımı ve veri gizliliği konularında dikkatli olunması gerekiyor. Ayrıca, AI teknolojilerinin maliyeti ve erişilebilirliği de önemli faktörlerdir. Sonuç olarak, AI oyun sektöründe önemli bir etki yaratacak olsa da, bu etkinin tam olarak nasıl şekilleneceği, teknolojik gelişmeler ve sektörün bu gelişmelere uyum sağlama yeteneği ile belirlenecektir.



DEEPSEEK

Yapay Zeka (AI) Oyun Sektörüne Yön Verecek mi?

Röportaj

Yapay Zeka ve Oyun Sektörü

Yapay zeka (YZ) oyun sektöründe kesinlikle önemli bir rol oynayacak ve bu rol giderek artacak. Kendi görüşüme göre, YZ'nin oyun dünyasına etkisi, sadece mevcut deneyimleri geliştirmekle kalmayacak, aynı zamanda tamamen yeni oyun türlerinin ve deneyimlerinin ortaya çıkmasına da zemin hazırlayacak.

Öncelikle, YZ'nin oyuncu davranışlarını analiz etme yeteneği, geliştiricilere daha hedefli ve etkili içerikler sunma imkanı tanıyor. Bu, oyuncuların ilgi alanlarına göre özelleştirilmiş görevler veya hikaye yolları sunarak daha derin bir bağ kurmalarını sağlıyor. Ayrıca, YZ destekli karakterlerin daha gerçekçi ve insan gibi davranabilmesi, oyuncuların oyun deneyimini zenginleştiriyor.

Diğer yandan, YZ'nin oyun geliştirme süreçlerini hızlandırması ve kolaylaştırması da büyük bir avantaj. Geliştiriciler, YZ sayesinde daha az zaman harcayarak daha karmaşık ve ilgi çekici oyunlar yaratabiliyor. Bu durum, sektördeki yenilikçiliği teşvik ediyor.

Sonuç olarak, yapay zeka sadece bir araç değil; oyun sektörünün geleceğini şekillendiren bir güç olacak. Hem oyuncular hem de geliştiriciler için yeni fırsatlar sunarak, oyun deneyimini daha zengin ve etkileşimli hale getirecek. Bu dönüşümün heyecan verici olduğunu düşünüyorum!



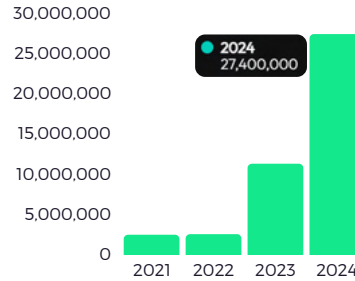
Yapay Zeka (AI)

2024 yılı, yapay zeka uygulamaları için adeta bir dönüm noktası oldu. Özellikle "üretken yapay zeka" (Generative AI) kategorisi, mobil uygulama dünyasında hızlı bir şekilde yükseldi. ChatGPT'nin 2022'nin sonunda piyasaya çıkışıyla birlikte bu alana olan ilgi patlama yaptı ve birçok rakip uygulama da piyasaya girdi. Yapay zeka sohbet botları ve AI sanat üreticilerinden elde edilen gelirler, globalde 2022'de 30 milyon dolarken, 2023'te 455 milyon dolara, 2024'te ise neredeyse 1.3 milyar dolara ulaştı. Aynı zamanda bu uygulamaların indirme sayıları da 2024 yılında 1.5 milyara yaklaştı. Bu veriler, yapay zeka uygulamalarının artık ana akım teknoloji haline geldiğini net bir şekilde gösteriyor. **Türkiye**'de ise üretken yapay zeka uygulamaları benzer bir yükseliş eğilimi gösteriyor. Hem indirme sayıları hem de uygulama içi satın alma gelirleri hızla artarken, bu alana olan kullanıcı ilgisi dikkat çekiyor. Ancak Türkiye'nin global pazarda daha güçlü bir yer edinmesi için hala yapılması gerekenler var. Özellikle yerel firmaların bu alana daha fazla yatırım yapması ve yenilikçi çözümler geliştirmesi büyük önem taşıyor. Yapay zeka, Türkiye için sadece bir teknoloji trendi değil, aynı zamanda rekabet gücünü artırmak ve global pazarda söz sahibi olmak için stratejik bir fırsat sunuyor. Bu gelişmeler, Türkiye'nin yapay zeka alanındaki potansiyelini daha da artırabileceğinin açık bir göstergesi.

Uygulama İçi Satın Alım



Uygulama İndirme



En Çok İndirililenler

- 1.ChatGPT
- 2.Google Gemini
- 3.Chatbot AI & Smart Assistant
- 4.Character AI
- 5.Microsoft Copilot
- 6.AI Chatbot - Nova
- 7.ChatBot - AI Chat
- 8.Chat & Ask AI by Codeway
- 9.Chai
- 10.AI Chatbot: AI Chat Smith 4

Cosplay Sektöründe Son Durum

Cosplay, son yıllarda Türkiye'de hızla popülerleşmiş ve birçok etkinlikte kendine geniş bir yer edinmiş olsa da, uluslararası alanda beklenen ilerlemeyi kaydetmekte maalesef geri kaldı. 2024 yılı itibarıyla Türkiye'de cosplay sektöründe belirgin bir düşüş gözlemledik. 2023 yılında önemli bir ivme kazanan cosplay, 2024 yılı itibarıyla maalesef gerileme gösterdi. Bu düşüşün başlıca sebeplerinden biri, ekonomik faktörlerdir. Gümrük yasalarındaki değişiklikler, sosyal medya platformlarındaki kısıtlamalar ve benzeri etmenler, Türkiye'deki cosplay pratiğini zorlaştırdı ve bu durum sektördeki gelişimi olumsuz etkiledi.

Öte yandan, 2024 yılı itibarıyla birçok marka, cosplay'i bir pazarlama aracı olarak kullanmaya devam etse de, etkinlik sayısındaki azalma ve yeterli reklam bütçelerinin ayrılmaması, sektördeki yükselişi ciddi şekilde baltaladı.

Ancak, cosplay sektöründe tamamen olumsuz bir tablo çizmek mümkün değil. Aynı zamanda 2024 yılı, cosplay alanında önemli marketing projelerinin hayata geçirildiği bir yıl oldu. En dikkat çeken gelişmelerden biri, Türkiye'nin en büyük ödüllü cosplay yarışmasının MLBB'nin katkılarıyla düzenlenmiş olmasıdır. Oyun firmalarının, etkinliklerinde cosplayer'lara daha fazla yer verdiğini ve cosplay yarışmalarını aktif olarak desteklediğini gözlemledik. Ayrıca, önceki yıllarda küçük ölçekli oyun turnuvalarına katılım gösteren cosplayer'ların, bu yıl çok daha büyük bir ilgiyle karşılandığı ve rekabetin önemli ölçüde arttığı görüldü. Yeni nesil cosplay etkinlikleri dönemi başlamış ve tematik etkinliklerin sayısı arttı. Bu konseptte en çok ilgi çekmeyi başaran etkinlik Sidequest Events tarafından düzenlenen Medieval Festival olarak ön plana çıktı.

Mersin Belediyesi, geçmiş yıllarda olduğu gibi 2024 yılında da cosplayer'ları ağırladı ve Mersin Gençlik Festivali'nde renkli ve yaratıcı görüntülere ev sahipliği yaptı. Dünya çapında yükselişe geçen bir sektörün Türkiye'de gerilemiş olması üzücü olsa da, yeni bir yıl ve taze fikirlerle cosplay sektörünün hak ettiği ilgiyi yeniden kazanmasını temenni ediyoruz.



EDA KARADOĞAN
ME AGENCY
CO-FOUNDER

Oyun Hukukunda Yeni Bir Fırsat NFT ve Oyun Tokenleri

Blokzincir ve kripto varlıklar hukuku ülkemizin ve dünyanın son bir kaç yıldır regülasyon cephesinde en hareketli alanlarının başına geliyor. Bu durum oyunları ve oyunun kurallarını da yakından ilgilendiriyor ve etkiliyor. Temmuz 2024'de 7518 sayılı Kanun ile Sermaye Piyasası Kanununda reform niteliğinde değişiklikler yapıldı.

Bu değişikliklerde blokzincir ve kripto varlıklar hakkında çok sayıda yeni kural kabul edildi. Devamında ise SPK ile kararlarıyla bu kuralların uygulama alanlarını, kapsam ve istisnalarını ortaya koymaya devam etti. SPK'nın 19.09.2024 tarihli ilke kararında yer bulan oyun tokenleri ve NFT istisnası oyunun kuralları bakımından hem çok sevindirici hem de çok önemli.

Açıklamak gerekirse, misli olmayan kripto varlıklar (NFT'ler) ve sanal oyun tokenleri, Kanun'un 35/C maddesi kapsamında değerlendirilmemekle birlikte, İlke Kararı, bu varlıkların işleme açılması ve listelenmesiyle ilgili düzenlemeler getirdi. Platformlar, bu varlıkları serbestçe listeleyebilecek, ancak müşterilere yeterli bilgilendirme yapılması zorunlu.

NFT'ler benzersiz oldukları için, yatırımcıların bilinçli kararlar almasına yardımcı olmak bu düzenlemenin temel amacı. Böylece oyun tokenleri ve NFT'ler MASAK ve SPK regülasyonlarının detaylı sorumluluklarının önemli ölçüde dışında kaldı. Bu durum oyunun kurallarını yeniden yazarken tüm ekosistemin dikkate alması gereken en önemli gelişme olarak öne çıkmış bulunuyor.



AV. DOÇ. DR.
METE TEVETOĞLU
TEVETOGLU LEGAL

Sektörde Firmaların Türkiye’de Temsilci Atama Yükümlülüğü

Son yıllarda Türkiye’de internet üzerinden erişim engeli getirilen oyun platformlarının sayısı artmıştır. Bu platformlar, özellikle genç kullanıcı kitlesine hitap etmeleri nedeniyle toplumda önemli bir yer tutmaktadır. Ancak idari kurumlar nezdinde, platformlar üzerinden gerçekleşen yayınlar bazen bu genç kullanıcı kitlesini zararlı davranışlara teşvik eden şiddet içeren unsurlar barındırabilmektedir. Bu erişim engelleri, internet ortamında yapılan yayınların denetlenmesi adına önemli bir adım olarak kabul edilmektedir.

29 Temmuz 2020 tarihinde kabul edilen "İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun’da Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" ile oyun platformlarının faaliyetlerine ilişkin daha sıkı bir düzenleme getirildi. Bu madde esasen sosyal ağ sağlayıcılarına Türkiye’de bir temsilci bulundurma yükümlülüğü getirmektedir. Sosyal ağ sağlayıcı tanımı ilk kez **5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun ("Kanun")**’da yapılmış olup işbu Kanun’un 2. (ikinci) maddesinde

"Sosyal ağ sağlayıcı: Sosyal etkileşim amacıyla kullanıcıların internet ortamında metin, görüntü, ses, konum gibi verileri oluşturmalarına, görüntülemelerine veya paylaşmalarına imkân sağlayan gerçek veya tüzel kişileri ifade eder ."

şeklinde tanımlanmıştır.



AV.
**GÜLŞAH
GÜMÜŞOĞLU**
GÜMÜŞOĞLU LEGAL

Sektörde Firmaların Türkiye’de Temsilci Atama Yükümlülüğü

29/07/2020 tarihli İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun’da Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun :

“EK MADDE 4

Türkiye’den günlük erişimi bir milyondan fazla olan yurt dışı kaynaklı sosyal ağ sağlayıcı; Kurum, Birlik, adli veya idari makamlarca gönderilecek tebligat, bildirim veya taleplerin gereğinin yerine getirilmesi ve kişiler tarafından bu Kanun kapsamında yapılacak başvuruların cevaplandırılması ve bu Kanun kapsamındaki diğer yükümlülüklerin yerine getirilmesini temin için yetkili en az bir kişiyi Türkiye’de temsilci olarak belirler ve bu kişinin iletişim bilgilerine kolayca görülebilecek ve doğrudan erişilebilecek şekilde internet sitesinde yer verir. Sosyal ağ sağlayıcı bu kişinin kimlik ve iletişim bilgilerini Kuruma bildirmekle yükümlüdür.”

İlgili madde uyarınca Türkiye’den günlük erişimi bir milyondan fazla olan yurtdışı merkezli sosyal ağ sağlayıcılarına Türkiye’de temsilcilik açma yükümlülüğü getirilmekte, bu yükümlülüğünü yerine getirmeyen sosyal ağ sağlayıcılarına aşamalı uygulanacak bir yaptırım öngörülmüş olup işbu yaptırımlar Kanun’da yer alan Ek Madde 4’ün 2.(ikinci) fıkrasında sayılmaktadır.



AV.
**GÜLŞAH
GÜMÜŞOĞLU**
GÜMÜŞOĞLU LEGAL

Sektörde Firmaların Türkiye’de Temsilci Atama Yükümlülüğü

“(2) Birinci fıkrada düzenlenen temsilci belirleme ve bildirme yükümlülüğünü yerine getirmeyen sosyal ağ sağlayıcıya, Kurum tarafından bildirimde bulunulur. Bildirimden itibaren otuz gün içinde bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde sosyal ağ sağlayıcıya Başkan tarafından on milyon Türk lirası idari para cezası verilir. Verilen idari para cezasının tebliğinden itibaren otuz gün içinde bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde otuz milyon Türk lirası daha idari para cezası verilir. İkinci kez verilen idari para cezasının tebliğinden itibaren otuz gün içinde bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde Başkan tarafından Türkiye’de mukim vergi mükellefi olan gerçek ve tüzel kişilerin ilgili sosyal ağ sağlayıcısına yeni reklam vermesi yasaklanır, bu kapsamda yeni sözleşme kurulamaz ve buna ilişkin para transferi yapılamaz. Reklam yasağı kararının verildiği tarihten itibaren üç ay içinde bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde Başkan, sosyal ağ sağlayıcının internet trafiği bant genişliğinin yüzde elli oranında daraltılması için sulh ceza hâkimliğine başvurabilir. Başvurunun kabulüne ilişkin hâkim kararının uygulanmasından itibaren otuz gün içinde söz konusu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde Başkan, sosyal ağ sağlayıcının internet trafiği bant genişliğinin yüzde doksan oranına kadar daraltılması için sulh ceza hâkimliğine başvurabilir. Hâkim ikinci başvuru üzerine vereceği kararında, yüzde elliden düşük olmamak kaydıyla, sunulan hizmetin niteliğini de dikkate alarak daha düşük bir oran belirleyebilir. Bu kararlara karşı Başkan tarafından 5271 sayılı Kanun hükümlerine göre itiraz yoluna gidilebilir. Hâkim tarafından verilen kararlar erişim sağlayıcılara bildirilmek üzere Kuruma gönderilir. Kararların gereği, bildirimden itibaren derhâl ve en geç dört saat içinde erişim sağlayıcıları tarafından yerine getirilir. Temsilci belirleme ve bildirme yükümlülüğünün yerine getirilmesi hâlinde; verilen idari para cezalarının dörtte biri tahsil edilir, reklam yasağı kaldırılır ve hâkim kararları kendiliğinden hükümsüz kalır. İnternet trafiği bant genişliğine yapılan müdahalenin sona erdirilmesi için erişim sağlayıcılara Kurum tarafından bildirim yapılır.”



AV.
**GÜLŞAH
GÜMÜŞOĞLU**
GÜMÜŞOĞLU LEGAL

Sektörde Firmaların Türkiye'de Temsilci Atama Yükümlülüğü

Yukarıda belirtilen fıkra uyarınca temsilcilik açma yükümlülüğünü yerine getirmeyen yurt dışı merkezli sosyal ağ sağlayıcılarına uygulanacak yaptırımlar

Bu yaptırımlar Kanun'da 5 farklı aşamada değerlendirilmiştir.

- 1. Aşama: Yazılı bildirim ve 30 (otuz) gün süre sonrasında yükümlülüğün yerine getirilmemesi halinde 10 milyon TL idari para cezası
- 2. Aşama: 1. aşamada belirtilen yükümlülüğün 30 (otuz) gün süre sonrasında yerine getirilmemesi halinde önceki cezaya ek olarak 30 milyon TL idari para cezası daha
- 3. Aşama: 2. aşamada belirtilen yükümlülüğün 30 (otuz) gün süre sonrasında yerine getirilmemesi halinde Reklam yasağı
- 4. Aşama: 3. aşamada belirtilen yükümlülüğün 3 (üç) ay içerisinde getirilmemesi halinde internet trafiği bant genişliğinin %50 oranında daraltılması
- 5. Aşama: Başvurunun kabulüne ilişkin hâkim kararının uygulanmasından itibaren 30 (otuz) gün içinde temsilci belirlenmesine ilişkin yükümlülüklerin yerine getirilmemesi hâlinde internet trafiği bant genişliğinin %90 oranına kadar daraltılması

Yine ilgili fıkra uyarınca temsilci belirleme ve bildirme yükümlülüğünün yerine getirilmesi halinde; idari para cezalarının yalnızca dördte birinin tahsil edileceği, reklam yasağının kaldırılacağı ve hâkim kararlarının kendiliğinden hükümsüz kalacağı belirtilmiştir.



AV.
**GÜLŞAH
GÜMÜŞOĞLU**
GÜMÜŞOĞLU LEGAL

Sektörde Firmaların Türkiye'de Temsilci Atama Yükümlülüğü

Bu düzenlemelere uyum sağlamak için oyun platformlarının temsilci atamaları, önemli faydalar sağlayabilir.

Hukuki Uyumluluğun Sağlanması

Temsilci atanması, oyun platformlarının yasal düzenlemelere uyum sağlamalarına yardımcı olur. Platformlar, temsilci aracılığıyla Türkiye'deki dijital yayıncılık kanunlarına uygun hareket edebilirler. Bu durum, platformların yasal bir denetim altında faaliyet göstermesine olanak tanır ve olası hukuki sorunların önüne geçilmesini sağlar.

Erişim Engellerinin Önlenmesi ve Hızlı Müdahale

Erişim engelleri, platformların faaliyetlerine ciddi şekilde zarar verebilir. Temsilci atamak, bu engellere karşı hızlı ve etkin bir şekilde tepki verilmesini sağlar. Temsilci, yasal itiraz süreçlerini başlatabilir ve engellemelerin kaldırılması için başvurular yapabilir. Böylece platformlar, kullanıcı deneyiminde kesinti olmadan faaliyetlerine devam edebilirler.

Kullanıcı Güvenliğinin Artırılması

Temsilci, platform üzerinde meydana gelebilecek olumsuzluklara karşı daha hızlı çözüm yolları sunar. Kullanıcılar, platformun temsilci aracılığıyla sorunlarına daha hızlı yanıt alabilirler. Bu durum, kullanıcı güvenliğini artırır ve toplumsal güveni pekiştirir. Ayrıca, platformların genç kullanıcılar için daha güvenli hale gelmesi, ailelerin platformları kullanma konusunda daha rahat bir şekilde karar vermesini sağlar.



AV.
**GÜLŞAH
GÜMÜŞOĞLU**
GÜMÜŞOĞLU LEGAL

Lootboxlar: Dijital Oyunlar Yasal Düzenlemeler

Lootboxlar, oyuncuların genellikle gerçek para karşılığında dijital kutular satın alarak rastgele ödüller kazandığı bir oyun içi mekanizmadır. İlk başta, oyun deneyimini çeşitlendiren bir eğlence unsuru olarak sunulan bu sistem, kısa sürede hem geliştiriciler hem de oyuncular açısından tartışmalı bir konu haline gelmiştir. Oyun geliştiricileri için önemli bir gelir modeli sunan lootboxlar, aynı zamanda oyuncuların harcama alışkanlıklarını manipüle etme potansiyeli taşıdığı gerekçesiyle etik ve hukuki tartışmalara yol açmıştır.

Oyun Sektöründe Lootboxların Ekonomik Önemi

Lootboxlar, oyun sektöründe önemli bir ekonomik büyüklük oluşturur. Özellikle ücretsiz oynanan (free-to-play) oyunlarda, geliştiriciler için sürekli bir gelir akışı sağlamak amacıyla kullanılır. Ancak bu sistemin bir yandan oyuncuların sadakatini artırırken diğer yandan olumsuz kullanıcı deneyimlerine ve güven sorunlarına yol açtığı gözlemlenmektedir. Özellikle genç oyuncuların ve çocukların, şeffaf olmayan bu sistemler tarafından maddi zarara uğraması, ebeveynlerin ve düzenleyici otoritelerin dikkatini çekmiştir.

Lootboxlar, kumar oynama davranışları ile benzerlik taşıyan mekanizmalar içerdiği için çeşitli ülkelerde yasal düzenlemelere tabi tutulmuştur. Örneğin, Belçika ve Hollanda lootboxları doğrudan kumar kapsamında değerlendirerek yasaklamış, İngiltere ise düzenleyici önlemler üzerinde çalışmaktadır. Bu yasal farklılıklar, uluslararası oyun şirketleri için ek bir uyum zorluğu yaratmakta ve küresel ölçekte farklı politikalar geliştirilmesini gerektirmektedir.



ARDA ÇELİK
CO-CAPTAIN
GAMFED TÜRKİYE



KEVSLER BİLGİÇ
CO-CAPTAIN
GAMFED TÜRKİYE

Lootboxlar: Dijital Oyunlar Yasal Düzenlemeler

Yasal Düzenlemeler ve Geleceğe Dair Öneriler

Lootboxlar konusunda çeşitli ülkelerde farklı yasal çerçeveler geliştirilmiştir. Bazı bölgelerde lootboxların şeffaflık ve adalet standartlarına uyması için düzenlemeler yapılırken, bazı ülkeler bu sistemi tamamen yasaklama yoluna gitmiştir. Örneğin, bazı düzenlemeler, lootboxların satın alınmadan önce içeriğinin görünür olmasını zorunlu kılarken, diğerleri kullanıcıların harcamalarına belirli sınırlar koymayı önermektedir. Bunun yanı sıra, oyun geliştiricilerinin, oyuncuların korunmasını önceliklendiren etik standartlar benimsemesi gerektiği de sıkça vurgulanmaktadır.

Gelecekte, lootboxların sektördeki rolünü koruyabilmesi için şeffaflık, kullanıcı dostu tasarım ve etik sorumluluklar çerçevesinde yeniden değerlendirilmesi gerekmektedir. Oyuncuların haklarını koruyan ve geliştiriciler için sürdürülebilir gelir modelleri sunan bir denge sağlanması, bu mekanizmanın daha geniş bir kabul görmesini sağlayabilir.

Lootboxlar, dijital oyun sektöründe tartışmaların merkezinde yer alan bir uygulama olmaya devam etmektedir. Oyunların ekonomik sürdürülebilirliğine katkı sağlarken, kullanıcı deneyimini olumsuz etkileyen boyutlarıyla dikkat çekmektedir. Bu nedenle, hem oyun geliştiricilerin hem de düzenleyicilerin, bu sistemin etik ve ekonomik boyutlarını daha dikkatli bir şekilde ele alması gerekmektedir.

Detaylı bilgi ve tartışmalar için [makaleye buradan ulaşabilirsiniz.](#)



ARDA ÇELİK
CO-CAPTAIN
GAMFED TÜRKİYE



KEVSLER BİLGİÇ
CO-CAPTAIN
GAMFED TÜRKİYE

Türkiye'de Ciddi Oyunlar Ne Durumda?

Ciddi oyunların eğitim, öğretim, problem tanıma, gelişmiş problem çözme becerileri, sosyal beceriler, takım çalışması becerileri, karar verme gibi çeşitli son kullanıcı sektörlerinde kullanılmasının oldukça avantajlı olduğu bildirilmektedir. 2024-2031 yıllarına ait Küresel Ciddi Oyunlar Pazarı Raporu (The Serious Games Global Market Report 2024), Ciddi Oyunlar sektörünün mevcut ve gelecekteki durumunu inceleyen kapsamlı bir analiz, detaylı inceleme olarak öne çıkıyor.

Küresel Ciddi Oyun Pazarı Raporunda (The Serious Games Global Market Report 2024) büyümenin 2023 yılında 9,71 milyar dolardan 2024'te 11,67 milyar dolara ulaşarak dikkat çekici bir performans sergiledi. Sektör uzmanları, bu yükseliş trendinin önümüzdeki yıllarda da devam edeceğini ve 2028'de pazarın 25,74 milyar dolarlık bir hacme ulaşacağını öngörüyor.

Sektörün büyüme dinamikleri incelendiğinde, kurumsal eğitim programları, sağlık simülasyonları ve savunma sanayi uygulamaları başta olmak üzere geniş bir kullanım spektrumu dikkat çekmektedir. Eğitim kurumlarının dijital transformasyon süreçlerinde ciddi oyunları entegre etme eğilimi ve kurumsal yapıların yetenek geliştirme stratejilerinde bu teknolojileri konumlandırması, pazarın genişlemesinde kritik rol oynamaktadır.

Teknolojik altyapıdaki gelişmeler, sektörün inovasyon kapasitesini önemli ölçüde artırmaktadır. Yapay zeka entegrasyonları, sanal ve artırılmış gerçeklik implementasyonları ve metaverse uygulamaları, eğitim ve simülasyon süreçlerinde paradigma değişimine öncülük etmektedir. Bulut teknolojilerinin yaygınlaşması ise ölçeklenebilirlik ve erişilebilirlik açısından önemli avantajlar sunmaktadır.



AFRA ÇALIK
WEFI GAMES
KURUCUSU

**SERIOUS
GAMES**

Türkiye'de Ciddi Oyunlar Ne Durumda?

Metrik bazlı analizler, ciddi oyunların geleneksel metodolojilere kıyasla üstün performans gösterdiğini ortaya koymaktadır. Öğrenme süreçlerinde bilgi retansiyonunun optimizasyonu ve analitik veriye dayalı performans değerlendirme imkanları, bu teknolojilerin kurumsal adaptasyonunu hızlandırmaktadır. Maliyet optimizasyonu ve operasyonel verimlilik perspektifinden değerlendirildiğinde, ciddi oyunların sunduğu katma değer belirgin şekilde öne çıkmaktadır.

Büyüme Dinamikleri ve Trendler Ciddi oyunlar pazarının en büyük bölgesel pazarı 2024 yılında Asya-Pasifik olarak öne çıkmaktadır. Bu bölgenin önümüzdeki dönemde de en hızlı büyüyen pazar olması beklenmektedir. Bu büyümede iki önemli faktör dikkat çekmektedir:

- **Sanal Gerçeklik Teknolojilerinin Yaygınlaşması** Eğitim ve geliştirme faaliyetlerinde sanal gerçeklik teknolojilerinin artan kullanımı, sektörün büyümesinde önemli rol oynamaktadır. National Institutes of Health (NIH) verilerine göre, AR ve VR ürünlerine yapılan toplam harcamaların 2021'de 215 milyar doları aşması ve global sağlık sektöründe AR ve VR pazarının 2025'te 5,1 milyar dolara ulaşması beklenmektedir.
- **Havacılık Sektörünün Etkisi** Havacılık sektöründeki büyüme, ciddi oyunlar pazarının gelişimini destekleyen bir diğer önemli faktördür. 2022 yılında havacılık sektörü gelirlerinin 741 milyar dolara ulaşması ve bir önceki yıla göre %3'lük büyüme kaydetmesi, bu alandaki eğitim ve simülasyon ihtiyacını artırmaktadır. Gerçekçi ve sürükleyici eğitim ortamları, güvenlik eğitimleri ve özelleştirilmiş senaryo uygulamaları, sektörün büyümesine katkı sağlamaktadır.



AFRA ÇALIK
WEFI GAMES
KURUCUSU

**SERIOUS
GAMES**

Türkiye'de Ciddi Oyunlar Ne Durumda?

Segment Analizi Global ciddi oyunlar pazarını üç temel boyutta incelediğimizde geçen yıla benzer bir dağılım görüyoruz.

- **Platform Bazında** Akıllı telefonlar pazarda en büyük payı alırken, bunu konsol ve PC platformları takip etmektedir. Bu dağılım, mobil teknolojilerin yaygınlaşması ve erişilebilirliğin artmasıyla doğrudan ilişkilidir.
- **Uygulama Alanları** Simülasyon ve eğitim uygulamaları pazarda başı çekmektedir.
 - Bunu sırasıyla:
 - Araştırma ve planlama
 - Reklam ve pazarlama
 - İnsan kaynakları uygulamaları izlemektedir.
- **Sektörel Dağılım** Eğitim sektörü, ciddi oyunların kullanımında açık ara liderliğini sürdürmektedir.
 - Diğer önemli sektörler:
 - Sağlık
 - Havacılık ve savunma
 - Kamu
 - Perakende
 - Medya ve eğlence



AFRA ÇALIK
WEFI GAMES
KURUCUSU

**SERIOUS
GAMES**

Türkiye'de Ciddi Oyunlar Ne Durumda?

Global Ciddi Oyun Ödülleri ve Türkiye Perspektifi

2024 yılında SGS (Serious Games Society) tarafından verilen uluslararası ödüller, ciddi oyunların akademi, iş dünyası ve öğrenci kategorilerinde gösterdiği gelişimi yansıtmaktadır. İtalya'dan tarihi bir manastırı konu alan IncrASTible!, çocuklar için beslenme eğitimi odaklı Nutri-Islands ve motor davranış araştırmaları için geliştirilen Pizzicato, farklı alanlardaki başarılı uygulamaları göstermektedir.



Türkiye'deki duruma baktığımızda, özellikle akademik alanda ciddi oyunlara yönelik artan bir ilgi görülmektedir. 2024 yılında işletme, denizcilik, şehircilik ve iletişim tasarımı alanlarında yapılan lisansüstü tez çalışmaları, disiplinler arası bir yaklaşımın geliştiğini göstermektedir. EğitiJAM gibi etkinliklerin 500'ün üzerinde katılımcı çekmesi de genç yeteneklerin bu alana olan ilgisini kanıtlamaktadır.

Ancak Kristal Pksel'de ciddi oyun kategorisinin çıkarılması, sektörün teşvik edilmesi için kaçırılmış bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. Global örnekler, bu alanda ödül ve teşvik mekanizmalarının sektörün gelişimine önemli katkılar sağladığını göstermektedir.



AFRA ÇALIK
WEFI GAMES
KURUCUSU

**SERIOUS
GAMES**

Türkiye'de Ciddi Oyunlar Ne Durumda?

Türkiye'de Ciddi Oyun Geliştiren Şirketler

Türkiye'de ciddi oyun ekosistemi, 2024 yılında hem yeni girişimler hem de mevcut şirketlerin yenilikçi projeleriyle önemli bir gelişim göstermiştir. Bu dönemde doğrudan ciddi oyun odağıyla kurulan yeni girişimlerin yanı sıra, deneyimli şirketlerin farklı sektörlere yönelik geliştirdiği projeler dikkat çekmektedir.



Detaylı bilgi için:
<https://www.wefigames.com>



Yılın önemli gelişmelerinden biri, doktora çalışmalarım sırasında temelleri atılan ve 2024'te Göller Bölgesi Teknokent'te faaliyete başlayan **WEFI Games**'in sağlık eğitimi alanındaki yenilikçi yaklaşımıdır. 2018'den bu yana sürdürdüğüm akademik araştırmaların bir sonucu olarak kurucusu olduğum şirketimiz, yapay zeka destekli, VR, AR ve Web 3.0 teknolojilerini entegre ederek kapsamlı sağlık eğitimi çözümleri sunmaktadır. Akademik çalışmalarımın Games For Health dergisinde 2022'de başarı ödülüne layık görülmesi, şirketimizin vizyonunu ve bilimsel temellerini desteklemektedir. WEFI Games olarak, sağlık öğrencilerinden profesyonellere, hasta ve hasta yakınlarına kadar geniş bir yelpazede çözümler geliştirerek, sektörün gelişimine katkı sağlamayı hedefliyoruz.



AFRA ÇALIK
WEFI GAMES
KURUCUSU

**SERIOUS
GAMES**

Türkiye'de Ciddi Oyunlar Ne Durumda?

Türkiye'de Ciddi Oyun Geliştiren Şirketler

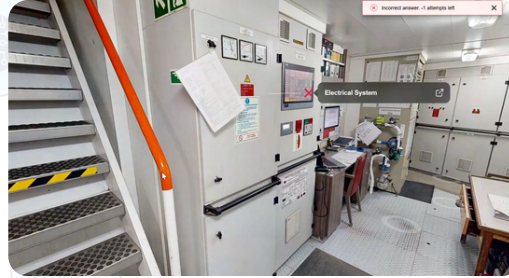
Maritime Trainer, 2024 yılında denizcilik sektörüne yönelik VR tabanlı eğitim çözümleriyle öne çıkmıştır. CNC İş Güvenliği, El Aletleri Güvenliği ve Yüzey İşlemleri konularında geliştirilen VR eğitim modülleri, sektörün pratik eğitim ihtiyaçlarına cevap vermektedir. Şirketin sunduğu kurumsal akademi yönetim platformu, eğitim süreçlerinin bütüncül yönetimini sağlamaktadır.



**MARITIME
TRAINER**

Detaylı bilgi için:

<https://maritimetrainer.com>



TÜBİTAK TEYDEB 1512 desteğiyle kurulan **GEFEASOFT**, 2024'te App Store ve itch.io platformlarında yayınladığı Cosimo Surgery Basics V1 projesiyle sağlık sektörüne katkı sağlamıştır. 2D ve 3D cerrahi operasyon eğitimlerine odaklanan şirket, AR-GE projelerini sürdürmektedir.



GefeoSoft

Detaylı bilgi için:

<https://gefeasoftware.com>



AFRA ÇALIK
WEFI GAMES
KURUCUSU

**SERIOUS
GAMES**

Türkiye'de Ciddi Oyunlar Ne Durumda?

Türkiye'de Ciddi Oyun Geliştiren Şirketler

Simulane, 2012'den bu yana "Simulane oyunlaştırır ve öğretir" sloganıyla faaliyet gösteren şirket, deneysel öğrenme platformu olarak hizmet vermektedir. Şirketin HANDS-ON oyun serisi Teslimat (Incoterms) Oyunu, İnteraktif Tedarik Zinciri Oyunu ve Kazanabildiğin Kadar Kazan Oyunu, tedarik zinciri süreçlerinin oyunlaştırılmış eğitimini sağlamaktadır. 2013 yılında geliştirilen Northstar (Küresel Lojistikte Stratejik Karar Alma ve Risk Yönetimi) ve Big Space (Depo Yönetimi, Finansal Kararlar ve Risk Değerlendirme) oyunları, akademik eğitimde de kullanılmaktadır.

Beykoz Üniversitesi'nde "Lojistikte Laboratuvar ve Simülasyon Uygulamaları" dersinde 2013'ten beri kullanılan bu oyunlar, akademik eğitim ve endüstri iş birliğinin başarılı bir örneğini oluşturmaktadır. Şirket, 2024 itibarıyla Serious Educative Games (Ciddi Eğitici Oyunlar) kapsamında yeni oyunlar geliştirme ve sektörel iş birlikleriyle senaryo bazlı çözümler üretme stratejisini benimsemiştir.

simulane
.com

Detaylı bilgi için:
<http://simulane.com>



AFRA ÇALIK
WEFI GAMES
KURUCUSU

**SERIOUS
GAMES**

Türkiye'de Ciddi Oyunlar Ne Durumda?

Türkiye'de Ciddi Oyun Geliştiren Şirketler

Bu şirketlerin faaliyetleri incelendiğinde, Türkiye'de ciddi oyun sektörünün özellikle sağlık, güvenlik ve mesleki eğitim alanlarında uzmanlaşma eğiliminde olduğu görülmektedir. Spesifik sektörlerle odaklanan çözümler, yerli ciddi oyun endüstrisinin olgunlaşma sürecine girdiğinin göstergesidir. Şirketlerin geliştirdiği projelerin çeşitliliği ve teknolojik altyapısı, sektörün sürdürülebilir büyüme potansiyelini ortaya koymaktadır.

Türkiye'de Ciddi Oyun Etkinlikleri

Türkiye'de ciddi oyunlar ekosisteminin gelişimini destekleyen önemli etkinliklerden biri de EğitiJAM'dir. 2024 yılında "Kontrast" temasıyla düzenlenen EğitiJAM, eğitsel oyun geliştirme maratonu olarak dikkat çekici bir katılımı gerçekleştirilmiştir. 146 takımdan 542 öğrencinin katıldığı etkinlikte, 63 oyun geliştirilmiş ve bunların arasından 14 takım finale kalmıştır.

Etkinliğin final programının MEB Yeğitek tarafından ODTÜ Teknokent bünyesinde kurulan Eğitim Teknolojileri Kuluçka ve İnovasyon Merkezi'nde (ETKİM) gerçekleştirilmesi, kamu-üniversite-sektör işbirliğinin güzel bir örneğini sunmaktadır. Final programında ciddi oyunlar ve yapay zeka, Türk oyun sektörünün geleceği gibi kritik konularda sektör liderlerinin sunumları, genç geliştiricilere değerli perspektifler sunmuştur. [Detaylar: EğitiJAM](#)

11 yıllık köklü bir geçmişe sahip olan Kristal Pksel Türkiye Oyun Ödülleri'nde 2024 yılında "Ciddi Oyun" kategorisinin çıkarılması, sektör için düşündürücü bir gelişmedir. EğitiJAM gibi etkinliklerde gördüğümüz yoğun katılım ve Simofun, Wefi Games gibi şirketlerin başarılı projeleri, bu alanda önemli bir potansiyel ve ilgi olduğunu gösteriyor. Global pazarda ciddi oyunlar sektörünün hızla büyüdüğü ve özellikle eğitim, sağlık ve havacılık gibi alanlarda önemli bir talep gördüğü düşünüldüğünde, Türkiye'nin bu alanda daha fazla yatırım ve teşvike ihtiyaç duyduğu açıktır.



AFRA ÇALIK
WEFI GAMES
KURUCUSU

**SERIOUS
GAMES**



2023 - 2024 TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ KARŞILAŞTIRMASI





NÜFUS

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

2023



TÜRKİYE NÜFUSU

85.372.377+

0-14 YAŞ

%21.4

15-64 YAŞ

%68.3

64 YAŞ VE ÜZERİ

%10.2

2024



TÜRKİYE NÜFUSU

85.664.944+

0-14 YAŞ

%20.9

15-64 YAŞ

%68.4

64 YAŞ VE ÜZERİ

%10.6





İNTERNET KULLANICILARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

2023



İNTERNET KULLANICILARI

74.360.000+

74 milyon+ sayısı, TÜİK'in 2023 yılı için yayınladığı verilere dayalı olarak, 16-74 yaş grubundaki bireylerin internet kullanım oranına (%87,1) göre hesaplanmış tekil internet kullanıcı sayısını ifade etmektedir. Bu rakam, cihaz veya abonelik bazlı ölçüm yerine, birey bazında tahmini kullanıcı sayısını yansıtmaktadır.

NÜFUSUN

%87.1'i

(internete bağlı 16-74 yaş grubundaki bireyler)

EVDEN İNTERNETE ERİŞİM İMKANI

%95.5

CİNSİYETE GÖRE İNTERNET KULLANIM ORANI

ERKEK

%90.9

KADIN

%83.3

2024



İNTERNET KULLANICILARI

92.592.291+

Türkiye'deki 92 milyon internet kullanıcısı, birey sayısından ziyade cihaz veya abonelik bazlı ölçümle elde edilmiştir. BTK'nın tanımlarına göre, bir bireyin birden fazla cihazda ya da operatördeki abonelikleri ayrı ayrı sayılabilir. Bu nedenle, bu rakamın nüfusu aşması, kullanılan metodolojiden kaynaklanmaktadır.

NÜFUSUN

%88.8'i

(internete bağlı 16-74 yaş grubundaki bireyler)

EVDEN İNTERNETE ERİŞİM İMKANI

%96.4

CİNSİYETE GÖRE İNTERNET KULLANIM ORANI

ERKEK

%92.2

KADIN

%85.4





İNTERNET KULLANICILARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



2023

2024

İnternet Abone Sayısı	2023-2. Çeyrek	2024-2. Çeyrek
xDSL	10.873.970	10.457.209
Mobil Bilgisayardan İnternet	699.805	683.691
Mobil Cepten İnternet	73.153.793	72.002.854
Kablo İnternet	1.445.530	1.442.177
Eve Kadar Fiber (FTTH)	4.947.072	6.113.649
Binaya Kadar Fiber (FTTB)	1.352.956	1.221.478
Kablosuz-Telsiz İnternet (Sabit)	372.018	488.397
Diğer	221.289	182.836
TOPLAM	93.066.433	92.592.291

Türkiye'deki 92 milyon internet kullanıcısı, birey sayısından ziyade cihaz veya abonelik bazlı ölçümle elde edilmiştir. BTK'nın tanımlarına göre, bir bireyin birden fazla cihazda ya da operatördeki abonelikleri ayrı ayrı sayılabilir. Bu nedenle, bu sayının nüfusu aşması, kullanılan metodolojiden kaynaklanmaktadır.



SOSYAL MEDYA KULLANICILARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

2023



AKTİF SOSYAL MEDYA KULLANICILARI

70.000.000+

16-64 yaş arası internet kullanıcılarının her gün sosyal medyada geçirdikleri ortalama süre

2 Saat 44 Dakika

- Facebook:** 65 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Youtube:** 58 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Instagram:** 60 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Tiktok:** 35 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Twitter:** 20 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Snapchat:** 20 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Twitch TV:** Aylık 6 Milyon Tekil İzleyici(+/-)
- LinkedIn:** 15 Milyon Kullanıcı (+/-)

Sayılar farklı kaynaklardan alınan verilerin ortalamalarına göre yazılmıştır. Daha güncel ve net data'lara erişilirse güncellenecektir.

2024



AKTİF SOSYAL MEDYA KULLANICILARI

70.000.000(+/-)

16-64 yaş arası internet kullanıcılarının her gün sosyal medyada geçirdikleri ortalama süre

2 Saat 40 Dakika

- Facebook:** 35 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Youtube:** 58 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Instagram:** 55 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Tiktok:** 40 Milyon Kullanıcı (+/-)
- X (Twitter):** 20 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Snapchat:** 10-12 Milyon Kullanıcı (+/-)
- Twitch TV:** Aylık 6 Milyon Tekil İzleyici(+/-)
- LinkedIn:** 16-17 Milyon Kullanıcı (+/-)

Sayılar farklı kaynaklardan alınan verilerin ortalamalarına göre yazılmıştır. Daha güncel ve net data'lara erişilirse güncellenecektir.





MOBİL KULLANICILAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

2023



MOBİL KULLANICILAR
91.363.260+

MOBİL / NÜFUS AKILLI TELEFON / MOBİL
%113.5 **%75-80**

CİHAZI VE SIM KARTI 4.5G HİZMETİNE UYGUN OLAN
ABONE SAYISI
67.745.067 (+/-)

4.5G ABONELERİ 3G ABONELERİ
84 Milyon **5.2 Milyon+**

2024



MOBİL KULLANICILAR
93.300.000+

MOBİL / NÜFUS AKILLI TELEFON / MOBİL
%108.8 **%84**

CİHAZI VE SIM KARTI 4.5G HİZMETİNE UYGUN OLAN
ABONE SAYISI
69.562.475 (+/-)

4.5G ABONELERİ 3G ABONELERİ
85.5 Milyon **5 Milyon+**





OYUNCULAR VE GELİR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

2023

OYUNCULAR

47.000.000+

TOPLAM OYUNCU HASILATI

580.000.000 USD (+/-)

MOBİL

315.000.000 USD (+/-)

PC

145.000.000 USD (+/-)

KONSOL

120.000.000 USD (+/-)

1 Dolar = 24 TL

2024

OYUNCULAR

48.000.000+

TOPLAM OYUNCU HASILATI

810.000.000 USD (+/-)

MOBİL

490.000.000 USD (+/-)

PC

175.000.000 USD (+/-)

KONSOL

145.000.000 USD (+/-)

1 Dolar = 32,51 TL



Bu sayılar, Türkiye'de faaliyet gösteren yerel ve global oyunların, yalnızca Türkiye içindeki oyuncularının yaptığı harcamalardan elde edilen toplam cirosunu ifade etmektedir. Mobil oyunlar, PC oyunları ve konsol oyunları kategorilerindeki bu hasılat, Türkiye pazarındaki oyuncuların oyunlara yönelik toplam harcamalarını yansıtır.

Bu raporda kullanılan mobil oyun gelirleri, çeşitli açık kaynaklı araçlardan elde edilen veriler, bilgi paylaşan mobil oyunların sağladığı veriler ve bu oyunların pazardaki paylarına göre diğer oyunların tahmini gelir ortalamalarının birleştirilmesiyle hesaplanmıştır. Bu yöntem, piyasadaki toplam mobil oyun gelirine olabildiğince yakın bir tahmin sunmayı hedeflemektedir.

PC ve konsol oyunları için ise, bu alanlarda güvenilir ve doğrudan bir veri kaynağı bulunmamaktadır. Bu nedenle, benzer oyun ve oyuncu trendlerine sahip ülkelerin platform kırılım oranları analiz edilerek, Türkiye pazarına uygun tahmini oranlar oluşturulmuştur. Bu yöntem, mevcut verilerin yetersizliğine rağmen sektöre genel bir bakış sunmayı amaçlamaktadır.

PLATFORMA GÖRE OYUNCULAR



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

2023

2024

OYUNCULARIN PLATFORMLARA GÖRE DAĞILIMLARI (TAHMİNİ)

MOBİL

44 Milyon Oyuncu (+ / -)



MOBİL

45 Milyon Oyuncu (+ / -)

PC

20 Milyon Oyuncu (+ / -)



PC

21 Milyon Oyuncu (+ / -)

KONSOL

11 Milyon Oyuncu (+ / -)

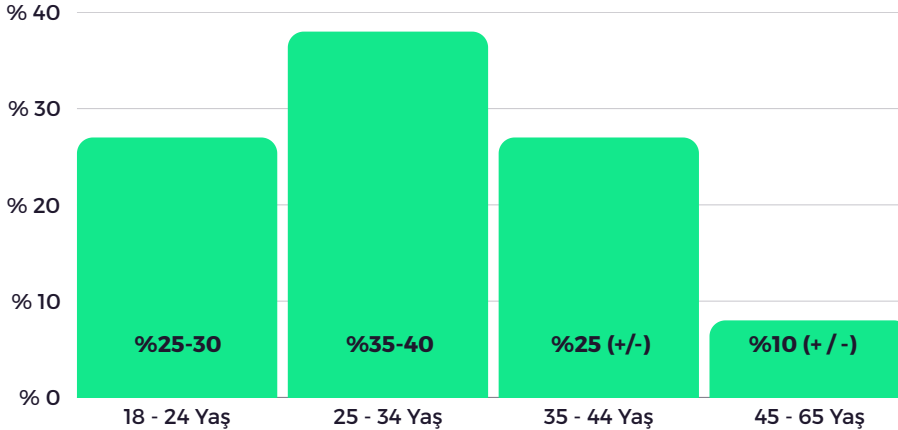


KONSOL

11 Milyon Oyuncu (+ / -)

YAŞA GÖRE OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



YAŞA GÖRE OYUNCULAR

18-24 YAŞ

%25-30

25-34 YAŞ

%35-40

35-44 YAŞ

%25 (+/-)

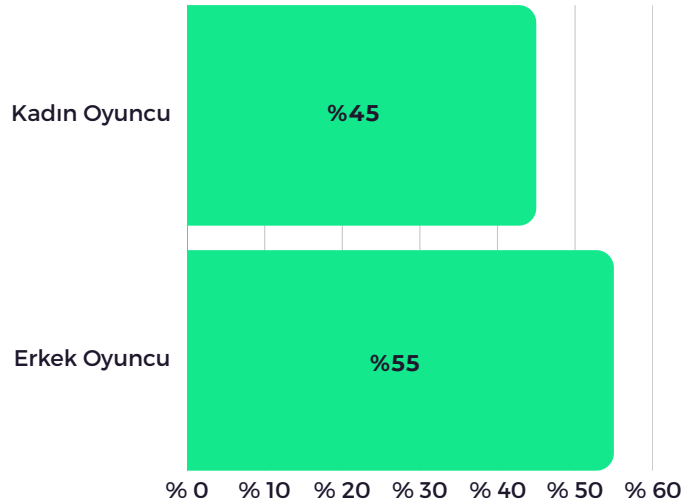
45-65 YAŞ

%10 (+/-)

CİNSİYETE GÖRE OYUNCULAR



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

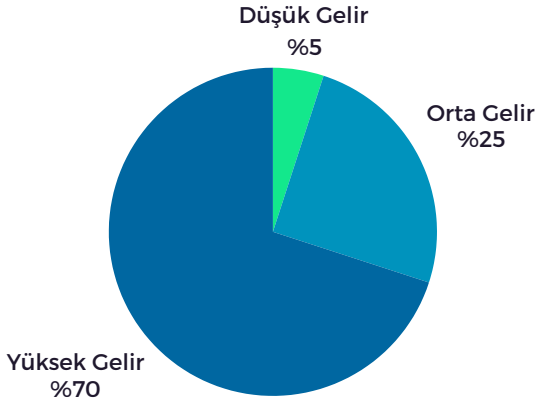




GELİRE GÖRE OYUNCULAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

2023

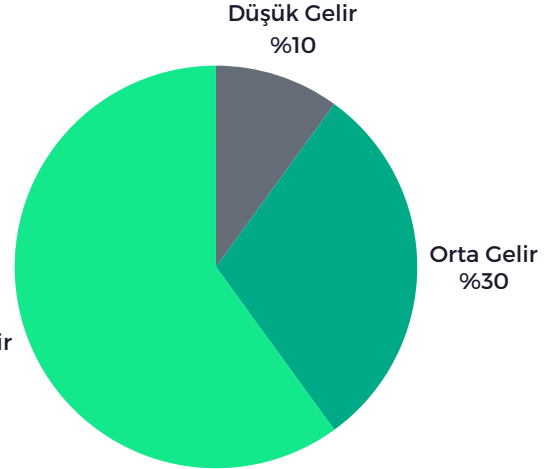


2024

Düşük gelirli bireylerin oyun harcamaları genellikle sınırlı olsa da; artan erişim ve mobil oyunların popülaritesi, mikro giderleri bu gruptaki harcamaları artırmaktadır.



Yüksek Gelir
%60



Ekonomik büyüme, enflasyon oranları ve kişi başına düşen gelir gibi faktörler göz önünde bulundurularak hesaplanmıştır. Bu düzenleme, oyun harcamalarının artan erişim ve mobil oyun popülaritesi ile birlikte değişen tüketici davranışlarını yansıtmaktadır.

TOP 15 MOBİL OYUN - ÜCRETSİZ KATEGORİ İNDİRME



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

1	Brawl Stars	Supercell	9.500.000 (+/-)
2	PUBG Mobile	Tencent	7.000.000 (+/-)
3	Subway Surfers	Miniclip.com	7.000.000 (+/-)
4	WePlay	WeJoy	7.000.000 (+/-)
5	Pizza Ready!	Supercent	5.000.000 (+/-)
6	Roblox	Roblox Corporation	5.000.000 (+/-)
7	2 3 4 Player Mini Games	Better World Games	5.000.000 (+/-)
8	TopTop: Games&Chat	Social Game Lab	5.000.000 (+/-)
9	EA SPORTS FC™ Mobile Soccer	Electronic Arts	4.500.000 (+/-)
10	Words of Wonders: Crossword	Fugo	4.500.000 (+/-)
11	My Supermarket Simulator 3D	Game District	4.500.000 (+/-)
12	My Talking Tom 2	Outfit7	4.500.000 (+/-)
13	Stickman Party 234 MiniGames	PlayMax Game Studio	4.500.000 (+/-)
14	101 Yüzbir Okey Plus	Take-Two Interactive	4.000.000 (+/-)
15	Traffic Rider	skgames	4.000.000 (+/-)



TOP 15 MOBİL OYUN - ÜCRETSİZ KATEGORİ GELİR



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

1	PUBG Mobile	Tencent	14.000.000 USD (+/-)
2	101 Yüzbir Okey Plus	Take-Two Interactive	14.000.000 USD (+/-)
3	Whiteout Survival	Century Games	10.000.000 USD (+/-)
4	Brawl Stars	Supercell	10.000.000 USD (+/-)
5	Royal Match	Dream Games	9.000.000 USD (+/-)
6	eFootball™	Konami	9.000.000 USD (+/-)
7	Candy Crush Saga	Activision Blizzard	8.000.000 USD (+/-)
8	Last War:Survival	FirstFun	7.000.000 USD (+/-)
9	Mobile Legends: Bang Bang	Moonton	6.500.000 USD (+/-)
10	EA SPORTS FC™ Mobile Soccer	Electronic Arts	6.500.000 USD (+/-)
11	Clash of Clans	Supercell	5.000.000 USD (+/-)
12	Gardenscapes	Playrix	5.000.000 USD (+/-)
13	101 Okey Yalla	Yalla Technology	5.000.000 USD (+/-)
14	Rise of Kingdoms	Lilith Games	5.000.000 USD (+/-)
15	Travel Town - Merge Adventure	Magmatic Games	5.000.000 USD (+/-)



TOP 15 MOBİL OYUN - ÜCRETLİ KATEGORİ İNDİRME



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

1	Earn to Die 2	Not Doppler	55.000 (+/-)
2	My Child Lebensborn	Sarepta Studio AS	50.000 (+/-)
3	Football Chairman Pro	Underground Creative	28.000 (+/-)
4	Minecraft: Play with Friends	Mojang	25.500 (+/-)
5	Mesih	Fatih Beceren	25.000 (+/-)
6	Plague Inc.	Ndemic Creations	22.500 (+/-)
7	Overwinter Survival	Fatih Beceren	18.500 (+/-)
8	Aylık Distopya	Fatih Beceren	16.500 (+/-)
9	Grand Theft Auto: San Andreas	Rockstar Games	15.000 (+/-)
10	RFS - Real Flight Simulator	RORTOS	12.000 (+/-)
11	Başkanlar	Fatih Beceren	10.000 (+/-)
12	Stardew Valley	ConcernedApe	7.500 (+/-)
13	Hitman Sniper	Deca Games	6.250 (+/-)
14	Goat Simulator	Coffee Stain Publishing	5.000 (+/-)
15	Five Nights at Freddy's	Clickteam	4.100 (+/-)



TOP 15 MOBİL OYUN - ÜCRETLİ KATEGORİ GELİR



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

1	Minecraft: Play with Friends	Mojang	1.259.000 USD (+/-)
2	Farming Simulator 23 Mobile	GIANTS Software	140.000 USD (+/-)
3	Grand Theft Auto: San Andreas	Rockstar Games	94.000 USD (+/-)
4	Evertale	ZigZaGame	80.000 USD (+/-)
5	RFS - Real Flight Simulator	RORTOS	65.000 USD (+/-)
6	Stardew Valley	ConcernedApe	62.000 USD (+/-)
7	Goat Simulator	Coffee Stain Publishing	32.000 USD (+/-)
8	Farming Simulator 20	GIANTS Software	30.000 USD (+/-)
9	My Child Lebensborn	Sarepta Studio AS	27.000 USD (+/-)
10	Plague Inc.	Ndemic Creations	25.000 USD (+/-)
11	Bloons TD 6	Ninja Kiwi	20.500 USD (+/-)
12	Dead Cells	Playdigious	20.400 USD (+/-)
13	Red Ball 4	FDG Entertainment	18.500 USD +
14	Shadow Fight 2 Special Edition	NEKKI	18.300 USD +
15	Human Fall Flat	505 Games	18.100 USD +



İNDİRİLME SAYISINA GÖRE TÜRK YAPIMI MOBİL OYUNLAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



YATIRIM VE / VEYA SATIN ALIM ÖNCESİ TÜRK YAPIMI OYUNLAR DA LİSTEYE DAHİL EDİLMİŞTİR.

*Alfabetik Olarak Sıralanmıştır.

101 Yüzbir Okey Plus	Take-Two Interactive
Bus Simulator : Ultimate	Zuuks Games
Car Parking 3D: Online Drift	Furkan Gul
Cargo Simulator 2021: Türkiye	smSoft
Dogan Simulator 2	LAZ GAMES
Etiket Tofask - Doğan Şahin	PtronPlay Digital
Fashion Battle - Dress up game	Apps Mobile Games
Kafa Topu 2	Masomo / Miniclip
Royal Match	Dream Games
Traffic Racer	SKGames
Traffic Rider	SKGames
Truck Simulator : Ultimate	Zuuks Games
Words of Wonders: Crossword	Fugo



TÜRKİYE'DE EN ÇOK İNDİRİLEN MOBİL UYGULAMALAR

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



1	Temu	Temu	20.000.000 (+/-)
2	Instagram	Meta	15.000.000 (+/-)
3	TikTok	Bytedance	15.000.000 (+/-)
4	WhatsApp	Meta	15.000.000 (+/-)
5	e-Devlet Kapısı	T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bak.	15.000.000 (+/-)
6	Trendyol - Online Alışveriş	Trendyol	10.000.000 (+/-)
7	CapCut - Video Editor	Bytedance	10.000.000 (+/-)
8	Telegram	Telegram	10.000.000 (+/-)
9	Trendyol Go	Trendyol	10.000.000 (+/-)
10	Snapchat	Snap	10.000.000 (+/-)
11	ChatGPT	OpenAI	10.000.000 (+/-)
12	Facebook	Meta	8.000.000 (+/-)
13	Turkcell	Turkcell	8.000.000 (+/-)
14	Ziraat Mobil	Fintek	8.000.000 (+/-)
15	MHRS	T.C. Sağlık Bakanlığı	8.000.000 (+/-)



TÜRKİYE'DE EN ÇOK İNDİRİLEN MOBİL UYGULAMA TÜRLERİ



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

En Çok İndirilen Uygulama Türleri

Sosyal Medya
Genel Alışveriş
Bireysel Bankacılık
Kişiselleştirme ve Yardımcı Yazılımlar
Sosyal Mesajlaşma
Antivirüs ve VPN
Giyim Alışverişi
Fotoğraf Düzenleme Yazılımları
Film ve TV Yayın Platformları
Sosyal Medya Eğlence Platformları
Telekom
Arkadaşlık ve Flört Uygulamaları
Diğer Yardımcı Yazılımlar
Hukuk ve Kamu Hizmetleri
Dosya Yönetimi Yazılımları
Müzik ve Ses Eğlence Platformları
Video Düzenleme Yazılımları
Dijital Cüzdan ve P2P Ödemeler
Spor ve Fitness Uygulamaları
Din ve Spiritüel Uygulamalar

2024 yılında Türkiye'de en çok indirilen uygulama alt türleri, kullanıcı davranışları ve dijitalleşme eğilimleri hakkında önemli ipuçları sunuyor.

Verilere göre, Türkiye'de sosyal medya, alışveriş ve finansal hizmetler kategorileri dikkat çekici bir şekilde öne çıkarken, diğer alt türlerde de belirgin trendler gözlemleniyor.

Sosyal Medya: Sosyal medya uygulamaları (örneğin Instagram ve TikTok), Türkiye'de açık ara en çok indirilen uygulama kategorisi olarak liderliğini sürdürüyor. Bu durum, sosyal medya kullanımının günlük yaşamın bir parçası haline geldiğini ve kullanıcıların sosyal etkileşim ihtiyaçlarının teknolojiyle buluştuğunu gösteriyor.

Genel Alışveriş: Alışveriş uygulamaları (örneğin Temu ve Amazon), ikinci sırada yer alıyor. Türkiye'de e-ticaretin hızla yükseldiğini ve kullanıcıların çevrimiçi alışverişi benimsediğini ortaya koyuyor. Bu durum, markalar ve platformlar için güçlü bir büyüme potansiyeline işaret ediyor.

Finansal Hizmetler (Bireysel Bankacılık): Üçüncü sırada bireysel bankacılık uygulamaları yer alıyor. Bu, fintech çözümlerine olan ilginin arttığını ve kullanıcıların bankacılık işlemlerini dijital platformlar üzerinden gerçekleştirmeyi tercih ettiğini gösteriyor.



TÜRKİYE'DE EN ÇOK İNDİRİLEN MOBİL UYGULAMA TÜRLERİ



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

En Çok İndirilen Uygulama Türleri

Sosyal Medya
Genel Alışveriş
Bireysel Bankacılık
Kişiselleştirme ve Yardımcı Yazılımlar
Sosyal Mesajlaşma
Antivirüs ve VPN
Giyim Alışverişi
Fotoğraf Düzenleme Yazılımları
Film ve TV Yayın Platformları
Sosyal Medya Eğlence Platformları
Telekom
Arkadaşlık ve Flört Uygulamaları
Diğer Yardımcı Yazılımlar
Hukuk ve Kamu Hizmetleri
Dosya Yönetimi Yazılımları
Müzik ve Ses Eğlence Platformları
Video Düzenleme Yazılımları
Dijital Cüzdan ve P2P Ödemeler
Spor ve Fitness Uygulamaları
Din ve Spiritüel Uygulamalar

Kişiselleştirme ve Yardımcı Yazılımlar: Kullanıcılar, cihazlarını daha işlevsel ve kişiselleştirilebilir hale getirmek için yazılım çözümlerine yöneliyor. Bu alt tür, teknolojiyi bireysel ihtiyaçlarla buluşturuyor.

Sosyal Mesajlaşma: Mesajlaşma uygulamaları (örneğin WhatsApp), iletişim ihtiyaçlarının önemli bir parçası olarak popülerliğini korumakta.

Medya ve Eğlence (Film ve TV Yayın Platformları): Film ve dizi içeriklerinin yayınlandığı platformlar, Türkiye'deki dijital eğlence tüketiminin yükselişini yansıtıyor. Kullanıcıların dijital içeriklere olan ilgisi, bu kategoriyi güçlü bir pozisyonda tutuyor.

Antivirüs ve VPN Uygulamaları: Bu kategoride bir düşüş yaşanıyor. Kullanıcıların bu tür uygulamalara olan ilgisinin azalması, güvenlik ihtiyaçlarının farklı çözümlerle karşılandığını gösteriyor. Gene de son dönemdeki yasaklamalar özellikle VPN kullanımını yine bir nebze de olsa arttırmış durumda



TÜRKİYE'DE EN ÇOK HARCAMA YAPILAN MOBİL UYGULAMALAR



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

1	TikTok	Bytedance	15.000.000 USD +
2	Azar: 1 on 1 Video Chat Online	Hyperconnect	10.000.000 USD +
3	YouTube	Google	10.000.000 USD +
4	Tinder	Match Group	8.000.000 USD +
5	Instagram	Meta	8.000.000 USD +
6	Tango	TangoMe	7.000.000 USD +
7	LivU	Clash Arts HK	5.000.000 USD +
8	Sugo Voice Chat Party	IndiaMasterApp	5.000.000 USD +
9	ChatGPT	OpenAI	5.000.000 USD +
10	FaceApp	FaceApp Technology	5.000.000 USD +
11	Bumble Dating App	Bumble Holding	5.000.000 USD +
12	Disney+	Disney	5.000.000 USD +
13	MatchPub - Live Video Chat	Mono Yazılım	5.000.000 USD +
14	Google One	Google	5.000.000 USD +
15	Connected2.me - Chat & Meet	C2M	4.000.000 USD +



TÜRKİYE'DE EN ÇOK HARCAMA YAPILAN MOBİL UYGULAMA TÜRLERİ



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

En Çok Gelire Sahip Uygulama Türleri

Sosyal Medya
Medya ve Eğlence Sosyal Keşif
Medya ve Eğlence Arkadaşlık ve Flört
Medya ve Eğlence Film ve TV Yayını
Sosyal Mesajlaşma
Yapay Zeka Yapay Zeka Sohbet Botları
Yazılım Fotoğraf Düzenleme
İş ve Eğitim Dil Eğitimi
Yazılım Selfie ve Güzellik Editörleri
Medya ve Eğlence Kitaplar
Yazılım Konum Takip Uygulamalar
Yazılım Bulut Depolama
Yazılım Antivirüs ve VPN
Yazılım Arama ve SMS
Yazılım Video Düzenleme
Medya ve Eğlence Müzik ve Podcast
Yaşam Tarzı Astroloji Uygulamaları
İş ve Eğitim İş ve Eğitim
Yazılım Diğer Yardımcı Araçlar
Finansal Hizmetler Kişisel Finans

Türkiye'deki 2024 yılı boyunca oyun dışı uygulama türleri ve alt türlerinin uygulama içi satın alma (IAP) gelirlerine baktığımızda, veriler, sosyal medya, medya ve eğlence platformları gibi belirli alt türlerin lider olduğunu göstermektedir. Ayrıca, yapay zeka (AI) tabanlı sohbet botlarının yükselişi dikkat çekmektedir.

Sosyal Medya: TikTok ve YouTube gibi uygulamalar, alt türün tüketici harcamalarının %70'inden fazlasını oluşturuyor. TikTok, içerik oluşturuculara bahşiş verme veya içeriklerini tanıtmaya olanağı sunarak oyun dışı gelir modellerinde devrim yaratmıştır. Bu, sosyal medya uygulamalarının Türkiye'deki gelir performansını güçlü bir şekilde destekliyor.

Medya ve Eğlence - Sosyal Keşif: Azar gibi sosyal keşif uygulamaları, %48'lik yıllık büyüme ile dikkat çekiyor. Bu tür, kullanıcıların yeni insanlarla tanışmasına olanak tanıyan özellikleriyle Türkiye'deki genç kullanıcılar arasında popüler.

Medya ve Eğlence - Arkadaşlık ve Flört: Tinder gibi uygulamaların etkisiyle inanılmaz büyüme kaydedilen bu alt tür, kullanıcıların dijital flört uygulamalarına olan ilgisini yansıtıyor.



TÜRKİYE'DE EN ÇOK HARCAMA YAPILAN MOBİL UYGULAMA TÜRLERİ



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

En Çok Gelire Sahip Uygulama Türleri

Sosyal Medya
Medya ve Eğlence Sosyal Keşif
Medya ve Eğlence Arkadaşlık ve Flört
Medya ve Eğlence Film ve TV Yayını
Sosyal Mesajlaşma
Yapay Zeka Yapay Zeka Sohbet Botları
Yazılım Fotoğraf Düzenleme
İş ve Eğitim Dil Eğitimi
Yazılım Selfie ve Güzellik Editörleri
Medya ve Eğlence Kitaplar
Yazılım Konum Takip Uygulamalar
Yazılım Bulut Depolama
Yazılım Antivirüs ve VPN
Yazılım Arama ve SMS
Yazılım Video Düzenleme
Medya ve Eğlence Müzik ve Podcast
Yaşam Tarzı Astroloji Uygulamaları
İş ve Eğitim İş ve Eğitim
Yazılım Diğer Yardımcı Araçlar
Finansal Hizmetler Kişisel Finans

Medya ve Eğlence - Film ve TV Yayını: Netflix, Disney+ gibi uygulamalar, oldukça yüksek bir ivme ile büyümesiyle dikkat çekiyor. Bu, kullanıcıların abonelik tabanlı içerik platformlarına olan talebini ve dijital eğlence tüketimini artırdığını gösteriyor.

Sosyal Mesajlaşma: Connected2.me gibi uygulamalar, Türkiye'de sosyal etkileşim odaklı uygulamalara olan ilgiyi yansıtıyor.

Yapay Zeka (AI) Sohbet Botları: ChatGPT gibi AI uygulamalar, özellikle son 2 senede çok büyük bir sıçrama yaptı. Yapay zeka tabanlı sohbet botları, hızla benimsenmekte ve potansiyel olarak Türkiye'de gelir açısından en üst sıralara tırmanabilecek bir alt tür olarak öne çıkmaktadır.

Fotoğraf Düzenleme ve Güzellik Editörleri: Remini ve FaceApp, kullanıcıların estetik düzenlemelere olan ilgisini yansıtıyor.

Dil Eğitimi: Duolingo ve benzeri aplikasyonlar, eğitim odaklı uygulamaların Türkiye'deki kullanıcılar tarafından benimsendiğini gösteriyor.

Bulut Depolama, Müzik ve Podcast uygulamaları ve Astroloji uygulamaları da gene dikkat çeken alt türler arasında yer alıyor.



POPÜLER PC OYUNLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Oyun İsmi		
Counter-Strike 2	GTA V Premium Edition	Genshin Impact
Valorant	Alan Wake 2	Palworld
League Of Legends	Mayhem Brawler	Elden Ring
Rust	Hitman World Of Assasination	Warhammer 40.000: Space Marine 2
Battlefield Series	Outlast 2	Destiny 2
PUBG: Battlegrounds	Black Myth: Wukong	Baldur's Gate 3
Helldivers 2	Farming Simulator 25	Zula
EA Sports FC 24 and 25	Cyberpunk 2077	Black Desert
NBA 2K25	Kingdom Come: Deliverance	Diablo IV
Marvel Rivals	PC Building Simulator 2	World Of Warcraft
World Of Warships	God of War Ragnarök	Hades II
The Sims 4	Tom Clancy's Rainbow Six® Siege	Stumble Guys
WWE 2K24	Darkest Dungeon II	Mortal Kombat II
Path Of Exile 2	Red Dead Redemption 2	Roblox
Dying Light 2 Stay Human: Reloaded	Football Manager 2024	Metin 2
Mount & Blade	ARK: Survival Evolved	Rise Online
Euro Truck Simulator	Supermarket Simulator	Knight Online
Mafia Trilogy	Liars Bar	Call of Duty Series
Hogwarts Legacy	Minecraft	S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart Of Chornobly
Dota 2	Fortnite	Overcooked! 2
Anomaly Agent	Dead By Deadlight	

POPÜLER KONSOL OYUNLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Oyun İsmi		
Suicide Squad: Kill the Justice League	Tony Hawk's™ Pro Skater™ 1 + 2	Call of Duty®: Black Ops 6 - Cross-Gen
Red Dead Redemption 2: Ultimate	Watch Dogs®: Legion	Dragon Age™: The Veilguard
WWE 2K24 Cross-Gen Digital Edition	FINAL FANTASY VII REMAKE	SONIC X SHADOW GENERATIONS
Grand Theft Auto V	STAR WARS™: Squadrons	Starship Troopers: Extermination
Ghost of Tsushima	ARK: Survival Evolved	Starbound
ARK: Survival Ascended	Astro Bot	Metaphor: ReFantazio
Cyberpunk 2077	ELDEN RING Shadow of the Erdtree	Heavy Cargo - The Truck Simulator
God of War Ragnarök	EA SPORTS FC 24 - 25	KILL KNIGHT
Hogwarts Legacy: Dijital Lüks Sürüm	V Rising	Prince of Persia™: The Lost Crown
STAR WARS Jedi: Survivor™ Deluxe	Gran Turismo 7	Test Drive Unlimited Solar Crown
Hell Let Loose	UFC 5	eFootball™ 2025
Marvel's Spider-Man: Miles Morales	Sea of Thieves	Warhammer 40,000: Space Marine 2
Brothers: A Tale of Two Sons Remake	Raft	Star Wars Outlaws
UFC™ 5 Deluxe Edition	Path Of Exile 2	Kena: Bridge of Spirits
Street Fighter™ 6	S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart Of Chornobly	FI® 24
The Last of Us™ Part I Dijital Deluxe	NBA 2K25 x WWE 2K24 Paketi	Senua's Saga: Hellblade II
NBA 2K24 Baller Edition	Farming Simulator 25	Braid, Anniversary Edition
Batman: Arkham Collection	Elderborn	Dragon's Dogma 2
Sekiro™: Shadows Die Twice	Death Stranding Director's Cut	Alone in the Dark
Need for Speed™ Heat	The Crew Motorfest Ultimate Edition	FOR HONOR

TÜRKİYE'DE TERCİH EDİLEN PC VE KONSOL OYUN TÜRLERİ



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Shooter - FPS



Strateji



Açık Dünya



Adventure



Sandbox



Dövüş



Battle Royale



Yarış



MOBA



Role-Playing



Platform



Hayatta Kalma



Spor



Arcade



Simülasyon



Korku



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER OYUN FİRMALARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Firma İsmi		
2K Sports	CD Projekt Red	Fingersoft
ABI Games Studio	CDT Basic Games	First Touch Games
Activision	Century Games	FirstFun
Activision Blizzard	Chess.com	FromSoftware
Amanotes	Chucklefish	Fugo
Apps Mobile Games	Codemasters	FunPlus
Arrowhead Game Studios	CyberAgent	Game Science
Atlus	DICE	Garena Games Online
Avalanche Software	Discord Inc.	Giants Software
AXLEBOLT	DOSA Apps	Goat Games
Azur Interactive Games	Dream Games	Grinding Gear Games
Bacon studio	DWANGO	GSC Game World
Bandai Namco Entertainment	Electronic Arts (EA)	Hangar 13
Beach Bum	Ember Lab	Hazelight Studios
Beresnev Games	Epic Games	Hello Games
Better World Games	Evil Raptor	Hero Concept
Bioware	Facepunch Studios	HoYoverse
Bravestars	FALCON GAMES	Hungry Studio
Brightika	Fast Game	Hyperstrange
Capcom	FDG Mobile Games GbR	IGG

TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER OYUN FİRMALARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Firma İsmi		
Imangi Studios	Maxis	olzhass
Insomniac Games	Mechanist Games	Orange Studios Games
IO Interactive	Microsoft Corporation	Outfit7
iKame Games	miHoYo	Paradox Interactive
Jagex	Miniclip	Paul Salameh
JoyGame	Mobigame SAS	Pazu Games
Kojima Productions	Mojang Studios	Pearl Abyss
Konami	Moon Active	Phew Phew Games
Kooapps	MOONEE	Pieces Interactive
Krafton	Moonton	Playgendary
KT Racing	Nacon	PlayMax Game Studio
Kwalee	Naughty Dog	Playrix
Larian Studios	Naxeex	Pocketpair
Lilith Games	Neron's Brother	Red Barrels
Mad Head Games	NetherRealm Studios	Respawn Entertainment
Madbyte Games	Niantic	Riot Games
Magmatic Games	Ninja Theory	Roblox Corporation
Marmalade Game Studio	Noah System	Rockstar Games
Masomo	Nowhere Studios	Rocksteady Studios
Massive Entertainment	Offworld Industries	Rokosoft

TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER OYUN FİRMALARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Firma İsmi		
Saber Interactive	TAGO Studio	Warner Bros. Games
Santa Monica Studio	Take-Two Interactive	Webzen
SayGames	TaleWorlds Entertainment	Wildlife Studios
Scopely	TAPBLAZE	XGAME STUDIO
Scorewarrior	Tapnation	Yalla Technology FZ-LLC
SCS Software	Team17	Z & K
SEGA	Techland	Zego Studio
SKGames	Tencent	Ziipin Holdings HK
Social Game Lab	Thekla, Inc.	Zoetrope
Spiral House	Toca Boca AB	Zuuks Games
Square Enix	Ubisoft	
StarGame12	Ubisoft Ivory Tower	
Stella Joy Studio	Ubisoft Montpellier	
Studio Wildcard	Ubisoft Toronto	
Sucker Punch Productions	Unico Studio	
SUD	Valve	
Supercell	Vicarious Visions	
Supercient	voodoo	
Supergiant Games	Wargaming	
SUPERSONIC STUDIOS	Warhorse Studios	



LOKAL OYUN FİRMALARI VE GELİŞTİRİCİLER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Türkiye, oyun geliştirme alanında hızla büyüyen ve küresel ölçekte dikkat çeken bir merkez durumunda. Bugün Türkiye'de yaptığımız araştırmalarda 1400'den fazla oyun stüdyosu, mobil, PC ve konsol platformları için oyun geliştiriyor. Sektör, bağımsız stüdyolardan uluslararası başarı yakalamış büyük firmalara kadar geniş bir yelpazeye sahip.

Türk oyun ekosistemi, mobil oyunlarla başlayan yükselişini, PC ve konsol projeleriyle daha da genişleterek sürdürüyor. Geliştiriciler, yenilikçi oyun mekanikleri, güçlü hikaye anlatımı ve oyuncu odaklı tasarımlarla dünya çapında ses getiren yapımlara imza atıyor. Türkiye'deki oyun şirketleri sadece içerik üretmekle kalmıyor; aynı zamanda küresel yayıncılarla iş birlikleri kurarak sektördeki rekabet gücünü artırıyor.

Tüm listeyi bir rapora sığdırmak mümkün olmadığı için, bu yıl Türkiye'deki oyun firmalarını daha kapsamlı ve erişilebilir bir şekilde sunmaya karar verdik. Bu nedenle, güncel oyun stüdyoları listesine ve detaylı bilgilere [raporumuzun web sitesindeki özel sayfamızdan](#) ulaşabilirsiniz. Böylece, sektördeki tüm firmaları daha dinamik bir formatta keşfedebilir, gelişmeleri yakından takip edebilirsiniz.

Sitemizde yer alan bu liste, Türkiye'nin dinamik oyun endüstrisinde yer alan çeşitli boyutlardaki ve başarı seviyelerindeki oyun firmalarını içermektedir. Büyük miktarda sermaye ve kaynaklara sahip olanlarla, tek kişilik girişimler arasında geniş bir yelpaze sunmaktadır. Her bir firma, ülkenin oyun ekosisteminin önemli bir parçası olup, sektördeki çeşitliliği ve yeniliği desteklemektedir. Büyüklük veya gelir düzeyine bakılmaksızın, her bir firma, yaratıcılık, tutku ve işbirliği ruhuyla oyun dünyasına katkıda bulunmaktadır.



TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YAYINCILAR / TWITCH TV



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Twitch TV		Takipçi	Yayın Süresi (Saat)	Maksimum İzlenme	Ortalama İzlenme	İzlenme Süresi (Saat)
1	Elraenn	4.626.748	140,5	51.495	26.551	3.730.476
2	wtcN	2.922.438	295,5	43.879	5.971	1.764.422
3	KendineMuzisyen	2.589.925	52	16.030	4.556	236.912
4	pqueen	2.319.835	71	14.610	3.108	220.680
5	UNLOSTV	2.172.082	165,5	7.831	2.392	395.942
6	JahreIn	1.903.757	114,75	21.130	9.469	1.086.638
7	Mithrain	1.712.694	524	7.296	2.748	1.440.040
8	RRaenee	1.244.160	121	19.739	11.562	1.399.089
9	Eray	1.071.112	82,75	16.232	8.853	732.676
10	Adal	1.051.660	74,25	20.458	2.350	174.521

TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER YAYINCILAR / TWITCH TV



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Twitch TV		Takipçi	Yayın Süresi (Saat)	Maksimum İzlenme	Ortalama İzlenme	İzlenme Süresi (Saat)
11	ZEON	1.014.304	1252,25	2.650	573	717.858
12	berkriptepe	1.002.438	322,75	1.777	633	204.492
13	Elwind	1.001.864	12	8.784	3.965	47.582
14	TolunayOren	937.556	89,25	11.236	3.524	314.581
15	RiotGamesTurkish	859.560	629,75	10.416	1.669	1.051.248
16	Levo	849.885	392	14.787	3.680	1.442.708
17	annadeniz	841.946	48	1.027	558	26.799
18	PintiPanda	839.775	3,75	1.259	666	2500
19	Hype	792.468	62,75	19.686	11.615	728.856
20	AlpTV	778.877	507,75	4.079	419	212.965

TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER OYUN YOUTUBE KANALLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

YouTube	Abone	Video Sayısı	Toplam İzlenme
1 Zuuks Games	8.7M	69	102.923.927
2 Minecraft Parodileri	6.8M	2.356	5.960.226.663
3 Ferited	5.8M	3.201	3.907.363.800
4 Barış G	4.7M	2.279	1.618.221.238
5 SeseGel	4.7M	3.209	3.051.125.479
6 xEnesR	4.2M	373	780.151.898
7 TÜRKPRO	4M	2.908	2.316.642.637
8 Samet Parlak 2	3.9M	1.259	1.142.059.920
9 LAZ	3.6M	2.408	1.794.874.932
10 Burak Oyunda	3.5M	3.556	1.248.711.353

TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER OYUN YOUTUBE KANALLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

YouTube		Abone	Video Sayısı	Toplam İzlenme
11	BoraLo	3.4M	1.340	1.042.135.562
12	Elraenn	3.2M	1.482	1.035.141.172
13	Ümidi	3.2M	7.415	1.923.014.841
14	Baturay Anar	3.1M	1.017	864.711.437
15	MEZARCI	3M	1.399	550.616.262
16	Kozmik Karınca	2.8M	1.094	932.518.366
17	DeadPies	2.7M	2.889	1.853.492.894
18	Minecraft Evi	2.6M	3.765	1.249.597.381
19	Bariş Can	2.6M	3.128	1.161.642.120
20	BARIŞ BRA	2.6M	1.824	932.450.785

TÜRKİYE'DEKİ POPÜLER INSTAGRAM FENOMENLERİ



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Instagram		Takipçi	Instagram		Takipçi
1	Tuğkan "Elraenn" Gönültaş	2.945.718	11	Kemal Can Parlak	724.555
2	Pelin "Pqueen" Baynazoğlu	1.340.520	12	Cihan "Mezarıcı" Cavlak	720.894
3	Mert "Rraenee" Yılmaz	1.292.884	13	Begüm Gül "Roseheus" Karakoyun	709.333
4	Furkan Yaman	1.208.922	14	Hasan "Sesegel" Mustan	693.478
5	Barışcan Mercan	1.175.888	15	Mervan Tepelioğlu	686.645
6	elanur	897.236	16	Oğuzhan "Doch" Özyetiş	651.853
7	Tolunay Ören	836.772	17	duygu köseoğlu	642.275
8	Tugay Gök	754.505	18	Emrecan önal	618.504
9	Ataberk Doğan	729.045	19	Mustafa "Hz Yasuo" YAVUZ	600.427
10	Ferit Karakaya	727.698	20	Cantuğ Özsoy	525.651

AKTİF ÖDEME KURULUŞLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Aypara Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Paragram Ödeme Kuruluşu A.Ş.
BRQ Link Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Paratika Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Efix Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Pay Fix Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Elekse Elektronik Para ve Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Paynet Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Faturakom Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Paytrek Ödeme Kuruluşu Hizmetleri A.Ş.
Global Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Qnbpay Ödeme Hizmetleri A.Ş.
GönderAI Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Sender Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Klon Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Trend Ödeme Kuruluşu A.Ş.
Lidio Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Tronapay Ödeme Hizmetleri A.Ş.
MoneyGram Turkey Ödeme Hizmetleri A.Ş.	TRPOS Ödeme Kuruluşu A.Ş.
Mypayz Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Valenspara Ödeme Kuruluşu A.Ş.
Octet Express Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Vezne24 Tahsilat Sistemleri ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Ödeal Ödeme Kuruluşu A.Ş.	Western Union Turkey Ödeme Hizmetleri A.Ş.



AKTİF ELEKTRONİK PARA KURULUŞLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

A Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	Faturamatik Elektronik Para ve Ödeme Kuruluşu A.Ş.
Ahlatıcı Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	Fintlix Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
As Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.	Fzypay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Aköde Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Garanti Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.
Belbim Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Halk Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Birleşik Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.	IQ Money Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.
BPN Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	İninal Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.
Cemete Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	İstanbul Ödeme ve Elektronik Para A.Ş.
D Ödeme Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	İyzi Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.
Dinamik Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Lydians Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Dgpara Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş.	Moka Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş.
DSM Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	Moneymate Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Denizöde Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Moneyout Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.



AKTİF ELEKTRONİK PARA KURULUŞLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

MoneyPay Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	Paypole Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.
N Kolay Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş.	Payporter Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.
Nomu Pay Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.	Paytr Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş.
Ozan Elektronik Para A.Ş.	Pratik İşlem Ödeme ve Elektronik Para A.Ş.
Paladyum Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Qpay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Papara Elektronik Para A.Ş.	Rubik Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Papel Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	SBM Elektronik Para ve Ödeme Kuruluşu A.Ş.
Parakolay Elektronik Para A.Ş.	Sipay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Paratim Ödeme ve Elektronik Para Kuruluşu A.Ş.	Sundus Elektronik Para ve Ödeme Kuruluşu A.Ş.
ParaQR Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Token Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.
Parolapara Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	Tom Pay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Paybull Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.	TT Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.
Payco Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.	TTM Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.





AKTİF ELEKTRONİK PARA KURULUŞLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Türk Elektronik Para A.Ş.
Turkcell Ödeme ve Elektronik Para Hizmetleri A.Ş.
Turkonay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
UPT Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para A.Ş.
Vakıf Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Vepara Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Vizyon Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Vodafone Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Yemekpay Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.
Ziraat Finansal Teknolojiler Elektronik Para ve Ödeme Hizmetleri A.Ş.





DERNEKLER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

2023

TOGED

GAME DEVELOPERS ASSOCIATION OF TURKEY

Türkiye Oyun
Geliştiricileri Derneği

OYUNDER

Oyun Tasarımcıları, Geliştiricileri
Yayın ve Yapımcıları Derneği

2024

TOGED

GAME DEVELOPERS ASSOCIATION OF TURKEY

Türkiye Oyun
Geliştiricileri Derneği

OYUNDER

Oyun Tasarımcıları, Geliştiricileri
Yayın ve Yapımcıları Derneği

DOYEB

DİJİTAL OYUN YAPIMCILARI MESLEK BİRLİĞİ

Dijital Oyun Yapımcıları
Meslek Birliği

GGOG

Genç Girişimciler ve Oyun Geliştiricileri Derneği

Genç Girişimciler ve
Oyun Geliştiricileri Derneği



OYUN FUARLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

2023



2024

2024 yılında sadece GIST - Gaming İstanbul Oyun Fuarı gerçekleşmiştir.



TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ON/OFF ETKİNLİKLER (OYUN, ESPOR, FUAR, B2B, B2C)



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Etkinlik Adı	Tarih
Bursa Büyükşehir Belediyesi Liseler Arası Valorant Turnuvası	Ocak 24
Esenler Belediyesi Espor Turnuvası	Ocak 24
GAMEON eTürkiye Kupası İle Takımlar Sahada!	Ocak 24
Hendek Belediyesi Espor Turnuvası	Ocak 24
Nevşehir Belediyesi Espor Turnuvası	Ocak 24
PUBG Awards 2023 - eSports360 Türkçe sunumu yapılan global yayınlar	Ocak 24
Göbeklitepe Oyun Festivali	Ocak 24
Global Game Jam 2024 (İstanbul, İzmir, Konya, Teknopark İstanbul, YTÜ, ÜNOG, vb.)	Ocak 24
Dijipin Masters Tournament	Şubat 24
FUT vs Team Heretics Watch Party	Şubat 24
PUBG Mobile Yıldızlar Ligi Spring 2024	Şubat 24
Üsküdar Belediyesi Espor Turnuvası	Şubat 24
Sakarya Üniversitesi Game Jam 2024 V1	Şubat 24
MAUJAM'24 Maltepe Üniversitesi	Şubat 24
PROTALITY Season 8 - EMEA Tour eSports360	Şubat 24



TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ON/OFF ETKİNLİKLER (OYUN, ESPOR, FUAR, B2B, B2C)



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Etkinlik Adı	Tarih
Meram Belediyesi Espor Turnuvası	Mart 24
PGL Major Copenhagen 2024 Elimination Stage Eternal Fire Watch Party	Mart 24
PGL Major Copenhagen 2024 Playoff Eternal Fire Watch Party	Mart 24
PUBG EMEA CHAMPIONSHIP SPRING 2024 - eSports360 Türkçe sunumu yapılan global yayınlar	Mart 24
PUBG Mobile Yıldızlar Ligi Summer 2024	Mart 24
Red Bull Gaming Ground Istanbul	Mart 24
HUPROG 2024: Hacettepe Üniversitesi	Mart 24
PROTALITY Season 9 - EMEA Tour 2 eSports360	Mart 24
Challengers League Türkiye Birlik Split 1 Finali - ESA	Nisan 24
FUT vs FNATIC Watch Party - Adana, Konya, Kütahya Malatya	Nisan 24
FUT vs FNATIC Watch Party - İstanbul, Ankara, Antalya, Sivas, Adana, Denizli	Nisan 24
FUT vs Team Liquid Watch Party	Nisan 24
Hit Games Conferance Istanbul	Nisan 24
Red Bull Gaming Ground Ankara	Nisan 24
HKÜ Hasan Kalyoncu Üniversitesi Game Jam ve Web Hackathon	Nisan 24



TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ON/OFF ETKİNLİKLER (OYUN, ESPOR, FUAR, B2B, B2C)



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Etkinlik Adı	Tarih
Pura Game Jam '24 Hacettepe Üniversitesi	Nisan 24
ÜNOG Ankara Game Jam 2024	Nisan 24
Başakşehir Belediyesi - Base Espor EAFC 24 Turnuvası	Mayıs 24
FUT vs BBL Watch Party	Mayıs 24
FUT vs Karmine Korp Watch Party	Mayıs 24
GAMEON PUBG Turnuvası	Mayıs 24
Paycell 19 Mayıs PUBG Kupası	Mayıs 24
PUBG GLOBAL SERIES 3 - eSports360 Türkçe sunumu yapılan global yayınlar	Mayıs 24
Red Bull Gaming Ground MSI Finali Watch Party	Mayıs 24
ANKÜ Ankara Üniversitesi Game Jam	Mayıs 24
Boğaziçi Üniversitesi Game Jam	Mayıs 24
TeknoJam Erciyes Teknopark Sera Kuluçka Merkezi	Mayıs 24
İçişleri Bakanlığı Sivil toplumla İlişkiler Genel Müdürlüğü EğitiJAM 2024	Mayıs 24
İstanbul 2124 Game Jam	Mayıs 24
Mersin Tarsus Sesim Sarpkaya Fen Lisesi Game Jam	Mayıs 24



TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ON/OFF ETKİNLİKLER (OYUN, ESPOR, FUAR, B2B, B2C)



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Etkinlik Adı	Tarih
Akdeniz Üniversitesi Game Jam	Mayıs 24
FUT vs Team Heretics Watch Party	Haziran 24
GameZone Game On - İstanbul Marmara Park	Haziran 24
GameZone Game On - İstanbul Metropol İstanbul AVM	Haziran 24
PUBG GLOBAL SERIES 4 - eSports360 Türkçe sunumu yapılan global yayınlar	Haziran 24
PUBG Mobile Yükselen Yıldızlar 4. Sezon - ESA	Haziran 24
WN Conference İstanbul 2024	Haziran 24
Başakşehir Belediyesi - Base Espor EAFC 24 Turnuvası	Temmuz 24
Challengers League Türkiye Birlik Split 2 Finali - ESA	Temmuz 24
FUT vs FNATIC Watch Party	Temmuz 24
GameZone Game On - Ankara Kent Park AVM	Temmuz 24
İstanbul Büyükşehir Belediyesi Espor Turnuvası	Temmuz 24
Olips ile Ferahlatan PUBG Mobile Turnuvası	Temmuz 24
Elazığ Belediyesi Valorant Turnuvası	Ağustos 24
GameZone Game On - İzmir İstinye Park AVM	Ağustos 24



TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ON/OFF ETKİNLİKLER (OYUN, ESPOR, FUAR, B2B, B2C)



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Etkinlik Adı	Tarih
Intel Extreme Masters Cologne 2024 Eternal Fire Watch Party	Ağustos 24
Olips ile Ferahlatan CS2 Turnuvası 1	Ağustos 24
PUBG Mobile Yükselen Yıldızlar 4. Sezon Büyük Finali	Ağustos 24
Valorant Champions Final Watch Party	Ağustos 24
YUCON: SCP	Ağustos 24
Esenler Belediyesi Espor Turnuvası	Eylül 24
ESL Pro League Season 20 Final - Eternal Fire - NAVI Watch Party	Eylül 24
GAMEON VALORANT Turnuvası	Eylül 24
GameZone Game On - Bursa Carrefoursa AVM	Eylül 24
Olips ile Ferahlatan Brawl Stars Turnuvası	Eylül 24
Türk Telekom GAMEON Valorant Turnuvası Finali	Eylül 24
Gaming İstanbul 2024 GIST	Eylül 24
Eternal Fire Watch Party - Ankara	Eylül 24
Eternal Fire Watch Party - İstanbul	Eylül 24
PUBG EMEA CHAMPIONSHIP FALL 2024 - eSports360 Türkçe sunumu yapılan global yayınlar	Eylül 24



TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ON/OFF ETKİNLİKLER (OYUN, ESPOR, FUAR, B2B, B2C)



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Etkinlik Adı	Tarih
PUBG NATIONS CUP 2024 - eSports360 Türkçe sunumu yapılan global yayınlar	Eylül 24
Balıkesir Büyükşehir Belediyesi MTC Season 4	Ekim 24
Dalmon Winter Valorant Turnuvası - ESA	Ekim 24
GameZone Game On - Antalya TerraCity AVM	Ekim 24
GGCorp Şirketler Arası Espor Turnuvası	Ekim 24
Logi Play Days - ESA	Ekim 24
Mobidictum Conference 2024 İstanbul	Ekim 24
Paycell 29 Ekim PUBG Kupası 2024	Ekim 24
PUBG GLOBAL SERIES 5 - eSports360 Türkçe sunumu yapılan global yayınlar	Ekim 24
Red Bull Home Ground Türkiye Elemeleri	Ekim 24
VALORANT Game Changers Stage 3: İstanbul - ESA	Ekim 24
DPÜ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Game Jam	Ekim 24
İGÜ İstanbul Gelişim Üniversitesi Game Jam	Ekim 24
Arcane: Topluluk Günü - Riot Games	Kasım 24
Beylikdüzü Belediyesi Espor Turnuvası	Kasım 24



TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ON/OFF ETKİNLİKLER (OYUN, ESPOR, FUAR, B2B, B2C)



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Etkinlik Adı	Tarih
Gaming Parkour Finali	Kasım 24
Intel Monsters Reloaded 2024 Counter Strike 2 Büyük Finali	Kasım 24
Intel Monsters Reloaded 2024 Valorant Büyük Finali	Kasım 24
Olips ile Ferahlatan VALORANT Turnuvası	Kasım 24
Pastavilla Mac&Cheese PUBG Turnuvası	Kasım 24
Pendik Belediyesi Liseler Arası Valorant Turnuvası	Kasım 24
PUBG GLOBAL SERIES 6 - eSports360 Türkçe sunumu yapılan global yayınlar	Kasım 24
Flank Esport Ödülleri: Yılın En İyileri	Aralık 24
GameZone Game On - İstanbul Galata Port	Aralık 24
Olips ile Ferahlatan CS2 Turnuvası 2	Aralık 24
PUBG GLOBAL CHAMPIONSHIP 2024 - eSports360 Türkçe sunumu yapılan global yayınlar	Aralık 24
ROGRTX Aim Clash 1v1 Turnuvası	Aralık 24
TESFED Türkiye Kupası 2024 Büyük Finali	Aralık 24
Startgate Game Jam 24 StartGate Kuluçka Merkezi	Aralık 24
Medieval Festival	Aralık 24



TÜRKİYE'DE DÜZENLENEN ON/OFF ETKİNLİKLER (OYUN, ESPOR, FUAR, B2B, B2C)



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Etkinlik Adı	Tarih
Bambu Game Jam Bambu Hızlandırma ve Kuluçka Merkezi	Aralık 24
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Game Jam	Aralık 24
Istanbul Aydın Üniversitesi Sandviç Game Jam	Aralık 24
Beykoz Üniversitesi Game Jam	Aralık 24
Türk Telekom eSüper Lig	Sene Boyu



Bu liste, 2024 yılı boyunca Türkiye'de oyun sektörüne yönelik gerçekleştirilen çeşitli online ve offline etkinlikleri kapsamaktadır. B2B ve B2C etkinliklerden oyun fuarlarına, game jam'lerden espor turnuvaları ve liglerine kadar geniş bir yelpazede sektörel organizasyonlar listelenmiştir. Yıl içinde takip ettiğimiz etkinlikler düzenli olarak listeye eklenmiştir. Eğer eksik olduğunu düşündüğünüz bir etkinlik varsa, bizimle paylaşmanız halinde listeye dahil edilecektir.

OYUN TASARIMI LİSANS VE YÜKSEK LİSANS PROGRAMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



OYUN TASARIMI LİSANS VE YÜKSEK LİSANS PROGRAMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Üniversite	Tür	Lisans / Yüksek Lisans	Fakülte / Enstitü	Bölüm
Arkin Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Ücretli)
Arkin Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Burslu)
Arkin Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)
Bahçeşehir Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Ücretli)
Bahçeşehir Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Burslu)
Bahçeşehir Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)
Beykoz Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
Beykoz Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
Doğu Akdeniz Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Ücretli)
Doğu Akdeniz Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Burslu)
Doğu Akdeniz Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)
Doğuş Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
Doğuş Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
Haliç Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
Haliç Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Ücretli)
Haliç Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%25 İndirimli)
Hasan Kalyoncu Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
Hasan Kalyoncu Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Ücretli)
Hasan Kalyoncu Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)

OYUN TASARIMI LİSANS VE YÜKSEK LİSANS PROGRAMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Üniversite	Tür	Lisans / Yüksek Lisans	Fakülte / Enstitü	Bölüm
İstanbul Atlas Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
İstanbul Atlas Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
İstanbul Aydın Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
İstanbul Aydın Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
İstanbul Beykent Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
İstanbul Beykent Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
İstanbul Bilgi Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Burslu)
İstanbul Bilgi Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)
İstanbul Bilgi Üniversitesi	Vakıf	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Ücretli)
İstanbul Esenyurt Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
İstanbul Esenyurt Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
İstanbul Esenyurt Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Ücretli)
İstanbul Gedik Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Mimarlık ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
İstanbul Gedik Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Mimarlık ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
İstanbul Gedik Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Mimarlık ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Ücretli)
İstanbul Kent Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)
İstanbul Kent Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Burslu)
İstanbul Kültür Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)
İstanbul Kültür Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Burslu)

OYUN TASARIMI LİSANS VE YÜKSEK LİSANS PROGRAMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Üniversite	Tür	Lisans / Yüksek Lisans	Fakülte / Enstitü	Bölüm
İstanbul Kültür Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Ücretli)
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Ücretli)
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat ve Tasarım Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
İstanbul Okan Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
İstanbul Okan Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
İstanbul Topkapı Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık	Dijital Oyun Tasarımı (Burslu)
İstanbul Topkapı Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık	Dijital Oyun Tasarımı (%50 İndirimli)
İstinye Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Burslu)
İstinye Üniversitesi	Vakıf	Lisans	Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)
Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi	Devlet	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı
Lefke Avrupa Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Bilimleri Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Burslu)
Lefke Avrupa Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Bilimleri Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Devlet	Lisans	Bodrum Güzel Sanatlar Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Devlet	Lisans	Fen Bilimleri Enstitüsü	Dijital Oyun Tasarımı (KKTC Uyruklu)
Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (Burslu)
Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi	KKTC	Lisans	İletişim Fakültesi	Dijital Oyun Tasarımı (İngilizce) (%50 İndirimli)

OYUN GİRİŞİMCİLİK MERKEZLERİ



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

İsim	Tür	Konum	Oyun Odaklı
Animasyon Teknolojileri ve Oyun Geliştirme Merkezi (ATOM)	Ön Kuluçka Merkezi	Ankara	Oyun Odaklı
BAMBU Dijital Oyun Stüdyosu D.O.S 4.0	Hızlandırma Merkezi	İzmir	Oyun Odaklı
Bilgiyi Ticarileştirme Merkezi (BTM)	Ön Kuluçka, Kuluçka ve Post Kuluçka Merkezi	İstanbul	
BUG Lab TEKMER	Ön Kuluçka ve Kuluçka Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
Crazy Hubs İstanbul	Hızlandırma Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
Cube Beyoğlu	Kuluçka Merkezi	İstanbul	
Dijital Animasyon ve Oyun Kümelenme Merkezi (DIGIAGE)	Ön Kuluçka ve Kuluçka Merkezi	Kocaeli	Oyun Odaklı
Game Circle	Hızlandırma ve Kuluçka Merkezi	Ankara ve İstanbul	Oyun Odaklı
Game Factory Hub	Kuluçka Merkezi	Online	Oyun Odaklı
GameDev	Hızlandırma Programı	İstanbul	Oyun Odaklı
Gamerter	Ön Kuluçka Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
GamesUnited	Hızlandırma ve Kuluçka Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
Gaming Academy	Hızlandırma Programı	İstanbul	Oyun Odaklı

OYUN GİRİŞİMCİLİK MERKEZLERİ



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

İsim	Tür	Konum	Oyun Odaklı
İstanbul Oyun Girişimciliği Akademisi: 9999in1Space	Hızlandırma Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
İzmir Games Oyun Girişimciliği Hızlandırma Programı	Hızlandırma Merkezi	İzmir	Oyun Odaklı
Küçükçekmece Girişimcilik ve İnovasyon Merkezi (KÜGİM)	Kuluçka Merkezi	İstanbul	
LİDEA Girişim	Ön Kuluçka ve Kuluçka Merkezi	Muğla	
Lonca Girişimcilik Merkezi	Kuluçka Merkezi	İstanbul	
Monster Gaming Lab	Hızlandırma Programı	İstanbul	Oyun Odaklı
OYGEM Oyun Geliştirme Merkezi	Kuluçka Merkezi	İzmir	Oyun Odaklı
Oyun Geliştirme Merkezi (OGEM)	Kuluçka Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
STARTGATE	Hızlandırma, Ön Kuluçka ve Kuluçka Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
Tech Istanbul Growth Programı		İstanbul	
WePlay HUB	Hızlandırma Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
Workup Gaming	Hızlandırma Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı
YTU Startup House GamesUP	Kuluçka Merkezi	İstanbul	Oyun Odaklı

OYUN SEKTÖRÜNDE MESLEKLER



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Oyun Programlama

Yapay Zeka (AI) Programcısı

Derleme ve Yayınlama (Build & Release)

Oyun Motoru Geliştirici

Oyun İçi Mekanik Programcısı (Gameplay)

Grafik Programcısı

Ağ Programcısı (Network)

Fizik Programcısı

Render Programcısı

Araç Geliştirici (Tools)

Yazılım Mühendisliği

Yapay Zeka (AI) Mühendisi

Backend Geliştirici

Derleme ve Yayınlama (Build & Release)

Bulut Mühendisi (Cloud)

Veri Analitiği Uzmanı

DevOps Mühendisi

Frontend Geliştirici

Full Stack Geliştirici

Mobil Geliştirici

Ağ Mühendisi (Network)

Ürün Tasarımı

Proje Yönetimi

Teknik Yazarlık

OYUN SEKTÖRÜNDE MESLEKLER



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Animasyon
2D Animasyon
3D Animasyon
Sinematik Animasyon
Oyun İçi Animasyon (Gameplay)
Hareket Yakalama (Motion Capture)
Parçacık Animasyonu (Particle)
Animasyon Programlama
Rigging
Teknik Animasyon
Görsel Efekt (VFX)

Bilgi Teknolojileri (IT)
Siber Güvenlik (Cyber Security)
Ağ Mühendisliği (Network Engineering)
Sistem Yöneticisi (System Admin)
Teknik Destek (Technical Support)

Oyun Tasarımı
Yapay Zeka (AI) Tasarımı
Savaş Tasarımı (Combat)
İçerik Tasarımı
Ekonomi Tasarımı (Economy)
Karşılaşma Tasarımı (Encounter)
Etkileşim Tasarımı (Interaction)
Seviye Tasarımı (Level)
Gelir Yönetimi (Monetization)
Çok Oyunculu Tasarım (Multiplayer)
Hikaye Tasarımı (Narrative)
Prototipleme
Görev Tasarımı (Quest)
Senaryo Yazarlığı (Scripting)
Sistem Tasarımı (Systems)
Teknik Tasarım
Kullanıcı Arayüzü (UI) Tasarımı

OYUN SEKTÖRÜNDE MESLEKLER



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Kullanıcı Deneyimi (UX)

Erişilebilirlik (Accessibility)

Etkileşim Tasarımcısı (Interaction Designer)

Bilgi Mimarisi (Information Architecture)

Kullanıcı Deneyimi Araştırmacısı (UX Researcher)

Kullanılabilirlik (Usability)

Tasarım

Mühendislik

Ses ve Müzik Tasarımı

Beste (Composition)

Ses Mühendisliği (Engineering)

Ses Programlama

Ses Tasarımı (Sound Design)

Teknik Ses Tasarımı

Vokal Yönetimi (Vocal Direction)

Sanat

2D Sanatçı

3D Sanatçı

Karakter Tasarımcısı

Konsept Sanatçısı

Sanat Yönetmeni

Çevre Tasarımcısı (Environment)

Işık Tasarımcısı (Lighting)

Modelleme Uzmanı / Tasarımcısı (Model)

Shader Geliştirici

Storyboard Sanatçısı

Teknik Sanatçı

Doku Sanatçısı (Texture)

Araç ve İş Akışı Geliştirici (Tools & Pipeline)

Kullanıcı Arayüzü (UI) Tasarımcısı

Görsel Efekt (VFX) Sanatçısı

OYUN SEKTÖRÜNDE MESLEKLER



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Ticari İşler
Oyun Yönetimi (Product Management)
İş Geliştirme (Business Development)
Müşteri Desteği (Customer Support)
Ürün Satışı (Merchandising)
Ortaklıklar (Partnerships)
Perakende (Retail)
Satış (Sales)
Sponsorluklar
İnsan Kaynakları
Eğitim ve Geliştirme (Training & Development)
Araştırma
Akademik Araştırma
Tüketici Araştırması
Pazar Araştırması

Pazarlama
Marka Yönetimi (Brand)
Kampanya Yönetimi (Campaign Management)
Topluluk Yönetimi (Community Management)
Metin Yazarlığı (Copywriting)
Dijital Pazarlama
Prodüksiyon
Influencer Pazarlama
Halkla İlişkiler (Public Relations)
Sosyal Medya Yönetimi
Kullanıcı Edinimi (User Acquisition)
Görsel Pazarlama
İçerik Üretimi (Content Creation)
Grafik Tasarım
Video Tasarım
Etkinlik Yönetimi

OYUN SEKTÖRÜNDE MESLEKLER



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Kalite Güvencesi (QA)

Analiz

Otomasyon Testi

Sertifikasyon (Certification)

Uyumluluk Testi (Compatibility)

Uyumluluk (Compliance)

Mühendislik

Kesinti Yönetimi (Interruption)

Performans Testi

Platform Testi

SDET (Software Development Engineer in Test)

Lokalizasyon

Çeviri (Translation)

Düzenleme (Editing)

Lokal Konsept Yaratımı

Lokal Müzik

Lokal Seslendirme

Lokal Çizim ve İllüstrasyon

Finans ve Hukuk

Muhasebe (Accounting)

Denetim (Auditing)

Hukuk Danışmanlığı (Counsel)

Lisanslama (Licensing)

Birleşme ve Satın Alma (Mergers & Acquisitions)

Bordro Yönetimi (Payroll)

OYUN SEKTÖRÜNDE MESLEKLER



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Espor
Profesyonel Oyuncu (Esports Player)
Koçluk (Coaching)
Takım Yönetimi (Team Management)
Organizasyon Yönetimi
Hakemlik (Refereeing)
Yetenek Keşfi (Scouting)
Temsilcilik
Fitness
Analiz
Beslenme Uzmanı (Nutrition)
Fizyoterapi
Psikoloji

Bu liste, Hitmarker.net'in oyun sektöründeki mesleklerle ilgili 2024 güncellemesine dayanarak hazırlanmıştır. Liste, sektördeki geniş yelpazeyi yansıtmak amacıyla detaylandırılmıştır. Ancak, her firmanın yapısı ve büyüklüğü farklı olduğundan, listedeki her meslek dalı her şirkette ayrı bir pozisyon olarak bulunmayabilir. Örneğin, küçük veya orta ölçekli şirketlerde birçok rol tek bir kişi tarafından üstlenilebilir. Ayrıca, sektördeki dinamik yapı nedeniyle farklı isimlerde veya kapsamlarda meslek dalları da olabilir. Bu liste, oyun sektöründeki kariyer fırsatlarını genel olarak anlamak için bir derleme niteliğindedir.

Canlı Yayın
Video / Kamera Editörü
İçerik Yöneticisi
Sahne Yönetimi (Floor Management)
Oyun Gözlemcisi (Game Observation)
Prodüksiyon
Ses Mühendisliği
Yayın Mühendisliği (Stream Engineering)
Stüdyo Yönetimi

İdari İşler
Yönetici Asistanlığı (Executive Assistance)
Ofis Yönetimi (Office Management)
Resepsiyon (Reception)



TÜRKİYE'DE İNTERNET KAFELER

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

2023

• 6.250 İnternet Kafe

Birçok internet kafemiz önceki yıllarda pandeminin devam eden etkileri, masraf ve vergiler karşısında iş yerlerini kapatmak durumunda kalmıştı. 2023'te de benzer ekonomik durumlar ve iş kolu değişiklikleri nedeni ile aktif kafe sayısı düşmeye devam etti.



2024

• 5.000 İnternet Kafe

İstanbul İnternet Kafeciler Esnaf Odası Başkanı İlhan Taşkıran'ın açıklamalarına göre, Türkiye'de internet kafe sektörümüz maalesef giderek kan kaybediyor. Ülke genelinde 5.000 civarı internet kafe kaldığı tahmin edilmektedir. Pandemi sonrası Türkiye'deki internet kafelerin %80'i kapanmıştır!



İNTERNET KAFE İSTATİSTİKLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

2023

İşlemci	i3	i5	i7	i9	
Yüzdellik Oranı	%10	%50	%30	%10	
Ram	4 GB	8 GB	16 GB	32 GB	64 GB
Yüzdellik Oranı	%2	%40	%40	%10	%8
internet Hızı	64 MB	100 MB	200 MB	300 MB	1000 MB
Yüzdellik Oranı	%15	%25	%25	%30	%5



En Yoğun Saatler	15:00 - 22:00
En Yoğun Günler (Hafta Sonu)	CUMA-PAZAR
Ortalama Ücret / Saatlik	30 TL - 75 TL
Günlük Ortalama Pin Satışı (Adet)	7.500 - 12.500 TL
Ort. Yiyecek Ödemesi / Kişi	100 - 150 TL

2024

İşlemci	i3	i5	i7	i9	Diğer
Yüzdellik Oranı	%5	%40	%30	%20	%5
Ram	4 GB	8 GB	16 GB	32 GB	64 GB
Yüzdellik Oranı	%1	%20	%35	%25	%14
internet Hızı	64 MB	100 MB	200 MB	300 MB	1000 MB
Yüzdellik Oranı	%15	%25	%25	%30	%5

En Yoğun Saatler	15:00 - 22:00
En Yoğun Günler (Hafta Sonu)	CUMA-PAZAR
Ortalama Ücret / Saatlik	65 TL - 95 TL
Günlük Ortalama Pin Satışı (Adet)	7.500 - 12.500 TL
Ort. Yiyecek Ödemesi / Kişi	150 - 250 TL

**Ortalama günlük kazanç 100 bilgisayarı bir internet kafinin ortalama aylık geliriine göre hesaplanmıştır.

İNTERNET KAFELERDE EN ÇOK OYNANAN OYUNLAR



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

2023

- PUBG: BATTLEGROUNDS
- Fortnite
- League of Legends
- VALORANT
- FC 24
- Counter Strike 2
- GTA
- Call Of Duty

2024

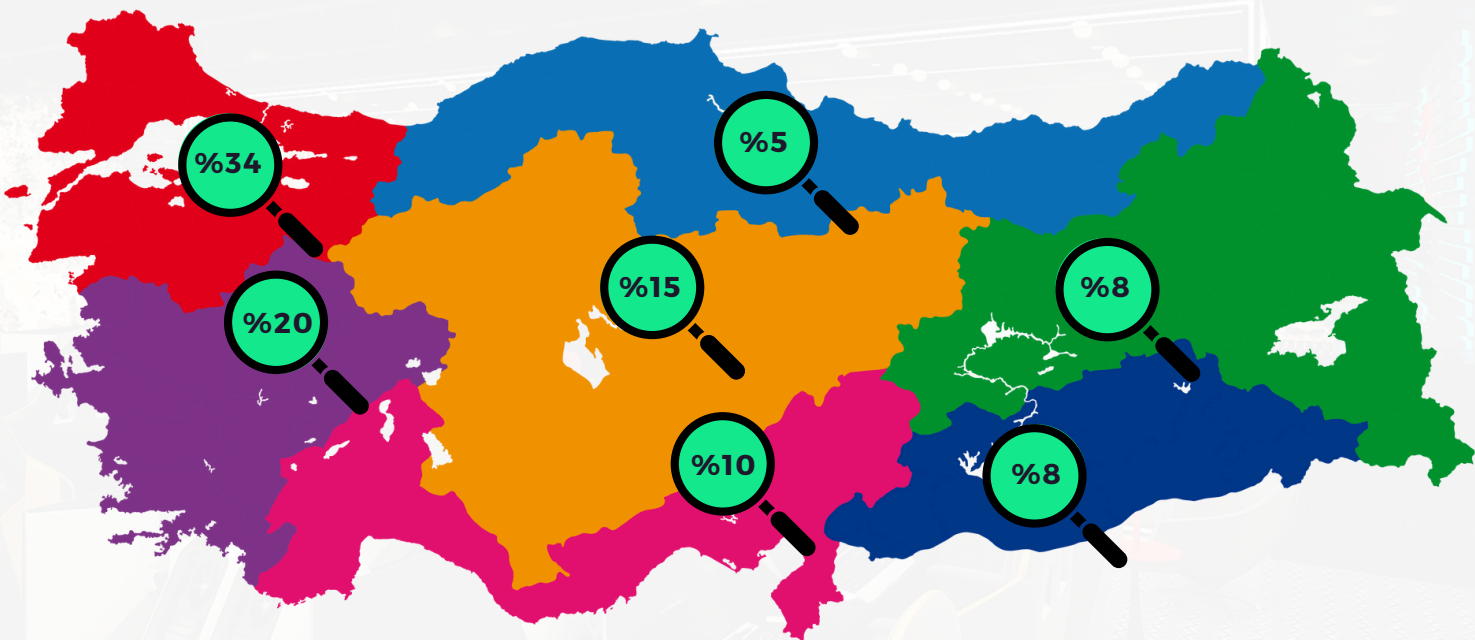
- PES
- FIFA
- Counter Strike 2
- League of Legends
- PUBG: BATTLEGROUNDS
- Battlefield
- GTA
- Call of Duty
- Minecraft
- Fortnite



TÜRKİYE'DEKİ İNTERNET KAFE DAĞILIMI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



TÜRKİYE'DEKİ OYUN VE ESPOR MEDYA KANALLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Medya Kanalları
Donanım Haber
Technopat
Shift Delete
Webtekno
Donanım Arşivi
Tam İndir
Log
Chip
Techolay
Merlinin Kazanı
Türkmmo
Hardware Plus
Bölüm Sonu Canavarı
Atarita
PC Hocası
IGN Türkiye
OyunCezer
FRPnet
Mobidictum

Medya Kanalları
İndir
Oyun Günlüğü
Turuncu Levye
Teknodiot
LeaderGamer
Player Bros
SaveButonu
5mid.com
Gamer Papers
Technologic
Oyun Dijital
Oyunda.Org
Gamizm
Oyuncu Konseyi
Level
Espor Tımes
Espor Gazetesi
Dijikolog
nfstr

Medya Kanalları
Hayatımız Oyun
Flank Esports
Tekyedi
Fragtist
Misternoob
Başlat Tuşu
Hubogi
Karı Koca Gaming
Wallbang Gaming Network
A'dan Z'ye Espor
Fabrikatik
Esports360mag
Espor Next
Get4Games
BPT Oyun
Disket Kutusu
Gamer Benchmark
Techno Story
Upcorn.co

Bu liste, Türkiye'deki oyun ve espor alanlarında içerik üreten web sitelerini içermektedir. Hem sadece oyun veya espor temalı içerikler sunan siteler hem de çeşitli kategorilerde içerik üreten ancak oyun ve esporla ilgili içeriklere de yer veren platformlara yer verilmiştir. Listede eksik olduğunu düşündüğünüz site var ise bizimle iletişime geçebilirsiniz.



ONLINE E-PIN SATIŞ SİTELERİ



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

E-Pin Satış Siteleri
itemsatis.com
bynogame.com
hesap.com.tr
klasgame.com
gamesatis.com
kopazar.com
kabasakalonline.com
vatangame.com
s2gepin.com
oyuneks.com
oyunfor.com

E-Pin Satış Siteleri	
midasbuy.com	gold.razer.com/tr/tr
enucuzgb	durmaplay.com
epinsultan.com	epin.com.tr
perdigital.com	bursagb.com
itempazar.com	eternalepin.com
dijipin.com	joyalisveris.com
foxngame.com	ucuzpin.com
foxepin.com	epintower.com
playsultan.com	gpazar.com
oyunalisveris.com	xgame.com.tr/

Bu liste, Türkiye'deki aktif e-pin satış siteleri içermektedir. Veriler, SimilarWeb üzerinden alınan trafik verilerine dayalı olarak hazırlanmıştır. Aylık 5.000 ziyaretçi ve üzeri trafiğe sahip siteler listeye dahil edilmiştir. Trafik bazlı sıralama, yalnızca ziyaretçi sayısını dikkate alırken, sitelerin sunduğu hizmetlerin çeşitliliği ve kalitesi gibi diğer faktörler göz önünde bulundurulmamıştır. Listeyi, Türkiye'deki e-pin satış platformlarının genel bir görünümü olarak değerlendirmek önemlidir. Bu liste eksik olabilir; eksik siteler tespit edilirse, iletişime geçilerek güncellemeler yapılacaktır.



TOP ONLINE OYUN PLATFORMLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Platformlar
Battle.net
BlueStacks by now.gg
Epic Games
GOG Galaxy
Humble Bundle
Kinguin
Origin
Playstation Store
Playstore
Rockstar Games - Social Club
Steam
Ubisoft Store

Abonelik Modelleri
Amazon Games
EA Play
GeForce Now
Netflix Games
Playstation Plus
Xbox Game Pass

* Alfabetik Olarak Sıralanmıştır.

TÜRKİYE'DEKİ OYUN DERGİLERİ



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Oyungezer



[Oyungezer Dijital Arşivi](#)



[Oyungezer Patreon](#)



Level

TÜRKİYE
OYN
SEKTÖRÜ '24
RAPORU



ESPOR



G17
GAMING IN
TÜRKİYE | MENA | EU

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Esport Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
BBL Esports	League of Legends PUBG: Battlegrounds Valorant	Red Bull Home Ground #5 International Play-in -> 4th Place PUBG EMEA Championship: Spring -> 10th Place

BBL Esports, Dark Passage'ı bünyesine kattı. League of Legends takımı, BBL Dark Passage olarak mücadele edecek.

**Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.*

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Esport Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
Beşiktaş Esports	FIFA Pro Clubs FIFA Ultimate NBA2K24 League of Legends PUBG: Mobile Rainbow Six Siege Valorant	PUBG Mobile Super League - EMEA Spring 2024 -> 3rd Place Rainbow Six Siege Royal Esports Masters -> 1st Place R6 South Breach 2024: November - Last Chance Qualifier -> 6th Place Europe League 2024 - Stage 2 Qualifier Playoffs -> 7th - 8th Place Euro League & Cup - Summer Cup: July 2024 -> 1st Place

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Digital Athletics

Esport Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
Digital Athletics	PUBG: Mobile Valorant	VALORANT Climbing Series #1 -> 1st Place

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Esport Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
Eternal Fire	Brawl Stars Counter Strike 2 PUBG: Battlegrounds Valorant	ESL Pro League Season 20 -> 2nd Place BetBoom Dacha Belgrade Season 2 -> 2nd Place IEM Rio 2024 Europe Closed Qualifier -> 1st Place CCT Global Finals 2024 -> 1st Place PUBG Global Series 5 2024 -> 6th Place PUBG EMEA Championship: Fall -> 3rd Place Intel Monsters Reloaded 2024 Qualifier -> 3rd Place BSEN Champions Invitational -> 9th - 10th Place

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Esport Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
Fire Flux Esports	Counter Strike 2 Mobile Legends: Bang Bang Valorant	ESL Challenger League Season 48 Europe Relegation -> 5th - 6th Place ESEA Advanced Season 51 Europe -> 4th Place Galaxy Battle 4 -> 5th - 8th Place Winline Insight Season 6 -> 5th - 8th Place ESL Challenger Katowice 2024 Europe Open Qualifier -> 5th - 8th Place Intel Monsters Reloaded 2024 -> 2nd Place

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Esport Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
FUT Esports	<p>Brawl Stars League of Legends PUBG: Battlegrounds PUBG: Mobile Valorant</p>	<p>Red Bull Home Ground #5 -> 3rd - 4th Place Red Bull Home Ground #5 International Play-in -> 1st Place Valorant Champions Tour 2024: EMEA Stage 2 -> 4th Place Valorant Champions Tour 2024: Masters Shanghai -> 5th - 6th Place Valorant Champions Tour 2024: EMEA Stage 1 -> 3rd Place Valorant Champions Tour 2024: EMEA Kickoff -> 7th - 9th Place Brawl Stars World Finals 2024 -> 5th - 8th Place PUBG Mobile Super League - EMEA Spring 2024 -> 9th Place PUBG EMEA Championship: Fall -> 4th Place PUBG EMEA Championship: Spring -> 6th Place</p>

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Espor Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
Galatasaray Esport	EA FC 24 PUBG: Mobile Valorant	PUBG Mobile European Wonder League -> 1st Place PUBG Mobile Female Event -> 1st Place Haunted Showdown -> 1st Place Summer Sunset League -> 1st Place OGC Cup Valkyries Victory -> 1st Place

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Esport Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
Howl Esports	PUBG: Battlegrounds	PUBG Global Series 4 2024 -> 6th Place PUBG Global Series 3 2024 -> 13th Place PUBG EMEA Championship: Spring -> 4th Place

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Esport Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
Istanbul Wildcats	EA FC EA FC Pro Clubs Formula 1 Free Fire League of Legends NBA 2K PUBG Mobile PUBG: Battlegrounds Rocket League Street Fighter Tekken 7 Valorant	PUBG Mobile Global Open 2024 -> 6th Place PUBG Mobile Super League - EMEA Fall 2024 -> 10th Place PUBG Mobile Super League - EMEA Spring 2024 -> 2nd Place

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Esport Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
Papara Supermassive	League of Legends NBA 2K Mobile Legends: Bang Bang PUBG Mobile Valorant	Intel Monsters Reloaded 2024 -> 3rd - 4th Place

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



E-SPORTS TEAM

Esport Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
PCIFIC Esports	Counter Strike 2 EA FC 24 PUBG: Battlegrounds Valorant	VCT Ascension EMEA 2024 -> 2nd Place Intel Monsters Reloaded 2024 -> 3rd Place

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Esport Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
Regnum Carya Esports	EA FC 25 Honor of Kings NBA 2K25 PUBG: Mobile	PUBG Mobile Global Championship 2024 -> 2nd Place PUBG Mobile Global Open 2024 -> 9th Place PUBG Mobile Super League - EMEA Fall 2024 -> 6th Place PUBG Mobile Super League - EMEA Spring 2024 -> 8th Place

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Esport Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
S2G Esports	Honor of Kings Mobile Legends: Bang Bang PUBG: Mobile Valorant	PUBG Mobile Super League - EMEA Spring 2024 -> 6th Place PUBG Mobile Global Open 2024 -> 5th Place Superdome 2023: Egypt -> 1st Place (Turnuva Finali 2024) PUBG Mobile Global Open 2024 -> 5th Place PUBG Mobile Super League - EMEA Spring 2024 -> 6th Place

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Esport Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
Sangal Esports	Counter Strike 2	ESL Challenger League Season 48: Europe -> 1st Place RES Regional Champions -> 3rd - 4th Place

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli esport takımları alfabetik olarak listelenmiştir.

GLOBAL TURNUVALARDA BAŞARI ELDE ETMİŞ TÜRK ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Espor Takımının Adı	Takımlarının Olduğu Oyunlar	Kazandığı Başarılar
Zeus Esports	PUBG Mobile	PUBG Mobile Super League - EMEA Fall 2024 -> 4th Place

*Global turnuvalardaki sıralamalarda ilk 10'da yer alarak başarı elde etmiş Türk menşeli espor takımları alfabetik olarak listelenmiştir.



LİSANSLI OYUNCU VE TAKIM SAYISI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



TESFED
TÜRKİYE ESPOR FEDERASYONU



Türkiye'de
lisanslı olarak
1.131+
espor takımı
bulunmaktadır.

Türkiye'de
lisanslı olarak
97.358+
espor oyuncusu
bulunmaktadır.

* TESFED'e lisanslı 1.131 espor takımı ve 44.389'ü kadın, 52.969'u erkek olmak üzere toplamda 97.358 lisanslı sporcu bulunuyor.

ALT BRANŞLAR



SOSYAL MEDYADA EN FAZLA TAKİPÇİSİ BULUNAN ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Espor Takımı	Takipçi Sayısı
S2G Esports	434.137
FUT Esports	329.331
Galatasaray Esport	326.112
Beşiktaş Esports	281.457
Eternal Fire	171.974
BBL Esports	116.618
Fenerbahçe Esport	82.011
Istanbul Wildcats	67.470
Fire Flux Esports	58.331
PCIFIC Esports	12.100

SOSYAL MEDYADA EN FAZLA TAKİPÇİSİ BULUNAN ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Espor Takımı	Takipçi Sayısı
BBL Esports	156.100
FUT Esports	124.100
Eternal Fire	119.800
Fenerbahçe Espor	115.100
Galatasaray Espor	104.800
Beşiktaş Esports	91.500
S2G Esports	47.800
Istanbul Wildcats	37.500
Fire Flux Esports	33.900
PCIFIC Esports	12.800

SOSYAL MEDYADA EN FAZLA TAKİPÇİSİ BULUNAN ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Esport Takımı	Abone Sayısı
S2G Esports	222.000
FUT Esports	96.900
Eternal Fire	95.200
BBL Esports	52.800
Fire Flux Esports	50.300
Fenerbahçe Esport	16.300
Istanbul Wildcats	11.400
Beşiktaş Esports	7.280
Digital Athletics	3.910
Regnum Carya Esports	1.500

SOSYAL MEDYADA EN FAZLA TAKİPÇİSİ BULUNAN ESPOR TAKIMLARI



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



Esport Takımı	Takipçi Sayısı
FUT Esports	249.700
S2G Esports	193.700
Galatasaray Esports	69.700
Beşiktaş Esports	49.700
Fire Flux Esports	35.000
BBL Esports	32.000
Istanbul Wildcats	12.500
Regnum Carya Esports	8.200
Fenerbahçe Esport	5.307
Eternal Fire	3.348

ESPOR VE OYUNA YATIRIM YAPAN MARKALAR



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Marka / Kurum Adı
80 LEVEL
ACER
Adidas
Altınıyıldız Classic
Amazon
AOC
Arko Men
ASUS
Ay Yapım
Bitcicom
BRN Medya
Burger King
ByNoGame
CarrefourSA
Coca-Cola

Marka / Kurum Adı
Corsair
CUPRA
Denizbank
Dürümle
Ellesse
ESA
ETI Maximus
Exvega
FRPNet
Game Circle
GANK
Gillette
Green Net
HAWK
HDI Sigorta

Marka / Kurum Adı
Hepsiburada
HIT Games Conference (HGC)
HyperX
Hyundai
Intel
İnceHesap
İninal
İş Bankası Maximum Kart
İtopya
KFC
KurtSystems
Lenovo
Little Ceasers Pizza
Logitech
Marketing Türkiye

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



ESPOR VE OYUNA YATIRIM YAPAN MARKALAR



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Marka / Kurum Adı
Media Markt
Micron Crucial
Migros
Monster Notebook
Mr. No Dardanel Ton
MSI
Nescafe
NitaToys
Nordic Game
Olips
Omen by HP
PAPARA
Pastavilla
Pizza Bulls
Pocket Gamer Connects

Marka / Kurum Adı
Rampage
Razer Gold
Red Bull
Regnum Carya
Ruck Maul
Samsung Galaxy
TCL
Teknosa
The European Games Dev. Fed.
Tıkla Gelsin
Türk Telekom GAMEON
Türkpın
Unity x Codeo
Upgrade Entertainment
Rampage

Marka / Kurum Adı
Üsküdar Belediyesi
Vestel
Vodafone Freezone
WD Black
WN Conferance
Wrangler
XBOX Game Pass
XPrime
Yemeksepeti
Yüzdeyüz Gaming
Zio Gaming

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





ESPOR OYUNLARI

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024

Esport Oyunları
Apex Legends
Brawl Stars
Call of Duty Mobile
Call of Duty: Warzone Mobile
Clash Royale
Counter Strike 2
Dota 2
EA Sports FC 24
EA Sports FC 25
Garena Free Fire
eFootball 25
Football Manager 25

Esport Oyunları
Fortnite
Hearthstone
Honor of Kings
Kafa Topu 2
League of Legends
LoL: Team Fight Tactics
LoL: Wild Rift
Mobile Legends: Bang Bang
Mortal Kombat 11
NBA 2K25
Overwatch 2
PUBG: Battlegrounds

Esport Oyunları
PUBG Mobile
Rocket League
Street Fighter 6
Honor of Kings
Tekken 8
Tom Clancy's Rainbow Six S.
Valorant
World of Warcraft
Wolfteam
World of Tanks
World of Warships
Zula



* Bu liste sene boyunca gerçekleşen on / off turnuvalar, ligler ve turnuva platformlarındaki oyunlara göre düzenlenmiştir.



TÜRKİYE
03N
SEKTÖRÜ '24
RAPORU

GLOBAL PERSPEKTİF



GI7
GAMING IN
TÜRKİYE | MENA | EU

Global Veriler

2019

DÜNYA ÇAPINDA OYUN PAZARI

- **152+/- Milyar Dolar Toplam Gelir**
 - 70+/- Milyar Dolar Mobil
 - 47+/- Milyar Dolar Konsol
 - 35+/- Milyar Dolar PC
- 2.5+/- Milyar Oyuncu

DÜNYA ÇAPINDA ESPOR

- 1095+/- Milyon Dolar Gelir
- 398+/- Milyon Takipçi

2020

DÜNYA ÇAPINDA OYUN PAZARI

- **177+/- Milyar Dolar Toplam Gelir**
 - 85+/- Milyar Dolar Mobil
 - 50+/- Milyar Dolar Konsol
 - 41+/- Milyar Dolar PC
- 2.8+/- Milyar Oyuncu

DÜNYA ÇAPINDA ESPOR

- 947+/- Milyon Dolar Gelir
- 440+/- Milyon Takipçi

2021

DÜNYA ÇAPINDA OYUN PAZARI

- **176+/- Milyar Dolar Toplam Gelir**
 - 91+/- Milyar Dolar Mobil
 - 49+/- Milyar Dolar Konsol
 - 36+/- Milyar Dolar PC
- 2.95+/- Milyar Oyuncu

DÜNYA ÇAPINDA ESPOR

- 1081+/- Milyon Dolar Gelir
- 440+/- Milyon Takipçi

2022

DÜNYA ÇAPINDA OYUN PAZARI

- **182+/- Milyar Dolar Toplam Gelir**
 - 92+/- Milyar Dolar Mobil
 - 50+/- Milyar Dolar Konsol
 - 40+/- Milyar Dolar PC
- 3.1+/- Milyar Oyuncu

DÜNYA ÇAPINDA ESPOR

- 1.38+/- Milyar Dolar Gelir
- 440+/- Milyon Takipçi

2023

DÜNYA ÇAPINDA OYUN PAZARI

- **185+/- Milyar Dolar Toplam Gelir**
 - 91+/- Milyar Dolar Mobil
 - 53+/- Milyar Dolar Konsol
 - 40+/- Milyar Dolar PC
- 3.38 Milyar Oyuncu

DÜNYA ÇAPINDA ESPOR

- 1.5+/- Milyar Dolar Gelir
- 445+/- Milyon Takipçi

2024

DÜNYA ÇAPINDA OYUN PAZARI

- **188+/- Milyar Dolar Toplam Gelir**
 - 93+/- Milyar Dolar Mobil
 - 52+/- Milyar Dolar Konsol
 - 43+/- Milyar Dolar PC
- 3.422 Milyar Oyuncu

DÜNYA ÇAPINDA ESPOR

- 2+/- Milyar Dolar Gelir
- 500+/- Milyon Takipçi

Global Veriler

DÜNYA ÇAPINDA TOPLAM **188 MİLYAR DOLAR** GELİR - **2024**

Platform Bazlı Gelir Dağılımı



93+/- Milyar Dolar
Mobil



43+/- Milyar Dolar
PC



52+/- Milyar Dolar
Konsol

Gelire Göre İlk 5 PC Oyun Türü



Shooter
Adventure
Role Playing
Battle Royale
Strategy
Diğer

Gelire Göre İlk 5 Konsol Oyun Türü



Shooter
Adventure
Sports
Battle Royale
Role Playing
Diğer

Global Veriler

DÜNYA ÇAPINDA TOPLAM **3.422 (+/-) MİLYAR** OYUNCU - 2024

Platform Bazlı Oyuncu Sayısı



2.848+/- Milyar
Mobil Oyuncusu

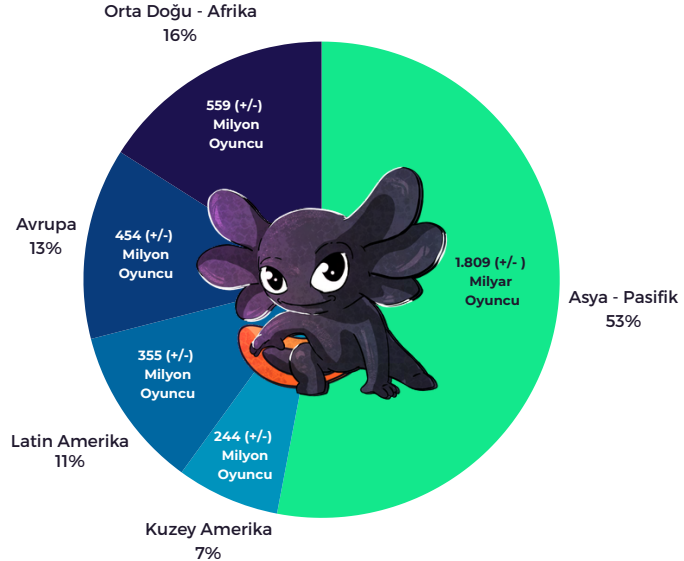


908+/- Milyon
PC Oyuncusu













630+/- Milyon
Konsol Oyuncusu

Bölge Bazlı Oyuncu Sayısı



Global Veriler

İZLENME ORANINA GÖRE 2024'ÜN POPÜLER ESPOR OYUNLARI

	İsim	Platform	Ödül Havuzu	Anlık En Çok İzleyen Sayısı
1	 League of Legends	PC/Konsol	\$9.183.908	6.856.769
2	 Mobile Legends: Bang Bang	Mobil	\$7.899.342	4.129.026
3	 Counter-Strike	PC/Konsol	\$21.629.040	1.853.954
4	 Valorant	PC/Konsol	\$8.778.813	1.687.848
5	 Dota 2	PC/Konsol	\$22.768.727	1.513.877
6	 Brawl Stars	Mobil	\$1.546.200	1.103.153
7	 PUBG Mobile	Mobil	\$16.321.689	985.418
8	 Fortnite	PC/Konsol	\$12.854.898	809.854
9	 Arena of Valor	Mobil	\$2.390.077	762.583
10	 Free Fire	Mobil	\$4.103.943	751.237



UZMAN GÖRÜŞLERİ



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



**ALPER AFŞİN
ÖZDEMİR**
TÜRKİYE ESPOR
FEDERASYONU
BAŞKANI

2024 yılı, Türkiye Esport Federasyonu (TESFED) ve Türk esport camiası için oldukça verimli bir yıl olarak tarihe geçti. Esportun ülkemizdeki gelişimini hızlandırmak ve uluslararası arenada rekabet gücümüzü artırmak adına önemli adımlar attık. Bu yıl, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde elde ettiğimiz başarılarla, Türk esportunun potansiyelini tüm dünyaya göstermiş olduk.

Katılım sağladığımız ve Riyad'da düzenlenen IESF Dünya Esport Şampiyonası'nda, PUBG Mobile branşında dünya şampiyonu olmayı başardık. Ayrıca Dota 2 branşında kazandığımız bronz madalya ile bu büyük başarıyı pekiştirdik. Turnuvayı genel klasmanda 2. sırada tamamlayarak büyük bir başarıya ülkece imza attık. Filipinler'de gerçekleştirilen eFIBA NBA 2K Şampiyonası'nda ise Türkiye Milli Takımı, gümüş madalya kazanarak uluslararası alandaki güçlü konumunu bir kez daha kanıtladı.

Ulusal arenada, TEFED Türkiye Kupası'nın beşinci yılı, genç yeteneklerimiz için önemli bir platform oldu. Farklı branşlarda düzenlenen final mücadeleleriyle, toplamda 1 milyon TL ödül havuzu dağıttık. Bu organizasyon, hem rekabetçi ortamın güçlenmesine hem de sporcularımızın uluslararası turnuvalara hazırlanmasına olanak tanıdı.

2024 yılı boyunca TEFED'in ev sahipliğinde gerçekleşen TEFED Esport Şöleni, esport camiasını bir araya getirdi, gösteri maçları düzenlendi ve ünlü sporcular sevenleriyle buluştu. Etkinlikte, TEFED ile Azerbaycan Esport Federasyonu arasında imzalanan iş birliği protokolü, iki ülke arasında esportun yaygınlaştırılmasına yönelik projelerin temelini oluşturdu. Şölen kapsamında düzenlenen çalıştaylarda, TEFED stratejileri ve faaliyetleri değerlendirildi, esport ekosisteminin geleceği üzerine fikir alışverişinde bulunuldu.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



**ALPER AFŞİN
ÖZDEMİR**
TÜRKİYE ESPOR
FEDERASYONU
BAŞKANI

Yaptığımız çalıştaylar ile federasyonumuzun gelecek hedeflerini şekillendirdik. Güvenoyu tazelediğimiz genel kurulumuz akabinde önümüzdeki 4 yıl için esporun eğitim, tesisleşme ve yaygınlaştırılması konularında somut adımlar atmaya başlarken, TESFED eğitim çalışmaları kapsamında genç sporcularımıza uluslararası standartlarda destek sağlamak için çeşitli projeler geliştirmeye başladık.

2025 yılı, TESFED için önemli bir dönüm noktası olacak. Suudi Arabistan'da düzenlenecek tarihin ilk Esport Olimpiyatları, Türk esporunun global sahnedeki konumunu güçlendirme yolunda bir fırsat sunuyor. Bu prestijli organizasyona güçlü bir şekilde katılmayı ve Türk esporunu başarıyla temsil etmeyi hedefliyoruz.

Ayrıca, uluslararası federasyonlar, farklı yabancı espor federasyonları ve yapımcı oyun firmaları ile yaptığımız işbirlikleri ve görüşmeler doğrultusunda önümüzdeki süreçte uluslararası etkinliklere ev sahipliği yapmayı ve Türkiye'yi global bir espor merkezi haline getirme vizyonumuzu gerçekleştirmeyi amaçlıyoruz. Bu doğrultuda da yakın zamanda güzel haberlerimizle kamuoyunu bilgilendiriyor olacağız.

TESFED olarak, 2025 yılında da Türk esporunun ulusal ve uluslararası düzeyde daha ileriye taşınması için çalışmalarımızı sürdüreceğiz. Genç yeteneklere destek vermeye ve Türk esporcularını dünya sahnesinde başarıyla temsil etmeye kararlıyız.

Saygılarımla,
Alper Afşin Özdemir
Türkiye Esport Federasyonu Başkanı

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



CAN GÜRSU
LEVEL INFINITE
TÜRKİYE PUBLISHING
LEAD

Level Infinite olarak, 2024 yılı boyunca sadece rekabetçi arenada değil, topluluk etkinlikleri ve yardım kampanyalarıyla da oyuncularımızın yanında olmaya devam ettik. Yıl boyunca düzenlediğimiz turnuvalar, içerik üreticileriyle gerçekleştirdiğimiz etkinlikler ve büyük çaplı organizasyonlarla topluluğumuzun enerjisini hissettik. Oyuncularımızın sesine kulak vererek onların isteklerini, beklentilerini ve tutkularını merkeze alan yenilikler sunduk.

Bu süreçte, topluluğumuzun sadece oyun içinde değil, gerçek hayatta da bir arada olabileceğini gösteren sosyal sorumluluk projelerine imza attık. 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı kapsamında Adıyaman'da kurduğumuz bilgisayar laboratuvarı ile gençlerin teknolojiye erişimini artırarak gelişimlerine katkıda bulduk. Ramazan ve Kurban Bayramı'nda ise ailelere yardım eli uzatan kampanyalar düzenledik.

2025 yılına girerken, topluluk odaklı projelerimizi daha da büyötmeyi hedefliyoruz. Oyuncularımızın bir araya gelerek rekabeti ve eğlenceyi doyasıya yaşayacağı etkinlikler planlıyor, yeni içerikler, sürprizler ve turnuvalarla PUBG Mobile dünyasını daha da dinamik hale getiriyoruz. Ayrıca, devam edecek olan sosyal sorumluluk projelerimiz ve oyuncularımızın desteğiyle daha fazla insana dokunarak, birlikte daha büyük işler başarmayı hedefliyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



EFE GÜROLER
LEVEL INFINITE
MARKETING
MANAGER

Küresel oyun ekonomisi, pandemi sonrası değişen kullanıcı alışkanlıkları ile birlikte büyük bir değişim geçirdi. Dijital markalar artık kullanıcıların günlük hayatlarına sorunsuz bir şekilde entegre olmalı ve işlerinin, hobilerinin ve sosyal etkileşimlerinin bir parçası haline gelmek zorunda. Geleneksel şirketler bu yeni düzene ayak uydurmakta zorlanırken, yeni nesil pazarlama ekipleri, kullanıcı alışkanlıklarına organik bir şekilde dahil olarak başarıyı yakalıyor.

Level Infinite olarak bizim için başarı, sadece oyun yayınlamak değil, oyunları günlük hayatın doğal bir parçası haline getirmektir. Artık oyun oynamak, zaman ayrılması gereken ayrı bir aktivite değil; zahmetsiz, erişilebilir ve hayatın içine entegre bir deneyim. Telefonunuzu çıkarıp PUBG Mobile veya Honor of Kings oynamak artık sıradan bir şey haline geldi, kimse ne yapıyorsunuz diye sizi sorgulamaz. Karmaşık ve erişimi zor oyun dönemi sona erdi.

Bu seviyede organik entegrasyonu sağlamak için Level Infinite olarak, yenilikçi ve kutunun dışındaki projelere yatırım yapıyoruz ve tüm platformları kullanarak stratejik adımlar atıyoruz. Billboard'lardan gazetelere, Instagram hikayelerinden TikTok akışlarına, influencer içeriklerinden eğlence platformlarına kadar her yerde varlığımızı sürdürüyoruz. Kullanıcıları rahatsız etmeden ama her zaman akıllarında kalacak şekilde hayatlarının bir parçası oluyoruz.

Bu strateji sadece görünür olmakla sınırlı değil, önemli olan, kullanıcıların en çok keyif aldıkları anlara doğal bir şekilde eşlik edebilmek. Böylece Level Infinite oyunları, yalnızca bir marka olmaktan çıkıp oyuncularla derin ve organik bir bağ kuruyor. Bölgenin en başarılı oyunlarının arkasındaki temel strateji de buna dayanıyor.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



ERAY UYGUN
LEVEL INFINITE
SENIOR PRODUCT
MANAGER

Türkiye'deki oyuncu profili, 2024 itibarıyla belirgin bir dönüşüm geçirmeye başladı. Steam'in para birimini değiştirmesi, PlayStation Store'un yerel fiyatlandırmadan uzaklaşması ve çoğunlukla göz ardı edilse de mobil oyunlardaki oyun içi harcamaların döviz kuru nedeniyle ciddi şekilde artması, oyuncuların daha fazla ücretsiz oyunlara yönelmesine, indirim dönemlerini beklemelerine ve bölgesel fiyatlandırmaya yönelik taleplerini artırmalarına yol açtı.

Küresel bir firmanın bölge ofisi olarak, Türkiye'deki oyuncu ve etkileşim sayılarının tüm bu zorluklara rağmen istikrarını korumasından memnuniyet duyuyoruz. Ancak oyuncuların karşılaştığı finansal engellerin de farkındayız. Bu nedenle, 2025 yılında yayınlayacağımız tüm Premium ve Freemium oyunların Türk oyuncular için erişilebilir olmasını sağlamak adına fazlasıyla çaba göstereceğiz. Türkiye oyun ekosisteminin gerçek potansiyeline ulaşabilmesi için oyun içi fiyatlandırmanın dengeli olması, yerel dil desteğinin sunulması ve genel erişilebilirliğin artırılması büyük önem taşıyor.

2025 yılının tüm yapımcılar ve yayıncılar için başarılı geçmesini dileriz. Ancak bizim önceliğimiz, oyuncuların keyif alabileceği, arkadaşlarına önerebileceği ve fiyat açısından erişilebilir, kaliteli oyunlar sunmaktır. Level Infinite olarak, Türkiye'deki oyuncu topluluğunu desteklemeye, onların beklentilerini göz önünde bulundurarak en iyi oyun deneyimini sunmaya devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



ERDİNÇ İYİKÜL
RIOT GAMES
TÜRKİYE ÜLKE MÜDÜRÜ

2024 yılı, oyun ve espor sektörü için hem küresel hem de yerel ölçekte yeniliklerin ve büyümenin yılı oldu. Riot Games olarak, oyuncu topluluklarımızla daha derin bağlar kurduğumuz, espor alanında büyük organizasyonlara imza attığımız ve oyun dünyasının ötesinde projelerle eğlence sektöründe iz bıraktığımız bir yıl geçirdik.

Küresel oyun sektörü, 2024'te yaklaşık %0,2 'lük bir büyüme ile 185 milyar dolarlık bir hacme ulaştı. Özellikle mobil oyunlar ve espor, bu büyümenin temel itici güçleri oldu. Birçok oyun şirketi oyun IP'lerini farklı alanlarda da hayran kitleleri ile buluşturmaya çalıştı. Bu konuda oyunu merkeze alarak topluluğumuzun hayatının tüm anlarında; espordan müziğe, animasyondan edebiyata ihtiyaç duydukları servisi verebiliyoruz.

2025'e baktığımızda, oyun sektörünün daha da büyümesini ve teknolojik yeniliklerle zenginleşmesini bekliyoruz. Riot Games olarak, topluluk odaklı yaklaşımımızla bu büyümeye katkıda bulunmayı hedefliyoruz. Yeni oyunlar ve içeriklerle portföyümüzü genişletmek için planlarımızı sürdürürken, esporun global ölçekli yükselişini desteklemeye devam edeceğiz. Türkiye gibi stratejik pazarlarda, oyuncularımıza özel projeler sunarak hem yerel bağlarımızı güçlendirmeyi hem de Türk espor oyuncularının uluslararası sahnede daha fazla tanınmasını sağlamayı amaçlıyoruz. VCT EMEA ve LEC sahnesinde mevcut Türk oyuncuların sayısının giderek artması bizi daha da motive ediyor.

2024'te olduğu gibi, 2025'te de oyun dünyasını şekillendiren lider markalardan biri olmaya, oyuncularımızın beklentilerini aşan deneyimler sunmaya ve esporun evrensel bir kültür haline gelmesine öncülük etmeye devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



ALPER BAYRAKTAR
BILLONGA
GENEL MÜDÜRÜ

Oyun ve oyunlaştırmanın hayatımızdaki yeri gün geçtikçe artıyor ve bu durum, birçok sektörde kendini hissettiriyor. 2024 yılı, bu artışın sektörümüzde daha belirgin bir şekilde hissedildiği bir dönem oldu. Akıllı telefonlar ve diğer akıllı cihazlar, günlük yaşantımızın vazgeçilmez bir parçası haline geldi. Bu durum, "gamer" kavramının da evrildiğini ve farklı bir boyut kazandığını gösteriyor.

Ben yeni nesil oyuncuları "GameReal" olarak tanımlıyorum. Bu terim, yaş, cinsiyet ya da gelir seviyesi gibi faktörler göz önünde bulundurulmadan, her akıllı cihaz kullanıcısının potansiyel bir gamer olduğunu ifade ediyor. Gerçekleştirdiğimiz GameReal analizleri, dijital ortamda meydana gelen tüketimin büyük bir kısmını kapsayan çok geniş bir kitle ile karşı karşıya olduğumuzu gösteriyor. Artık oyun, sadece bir eğlence aracı olmaktan çıkıp, sosyal etkileşimlerin, eğitim süreçlerinin ve pazarlamanın yeni bir biçimi haline geliyor.

Billonga olarak, 2024 yılında geleneksel oyuncuların yanı sıra GameReal'ların tüm dijital tüketimlerini kapsamak için ciddi yatırımlar yaptık. Amacımız, dijital ürün algısının global yansımalarını Türkiye'de daha geniş kitlelere ulaştırmak. Gelecek yıllarda, bu hedef doğrultusunda tüm yatırımlarımızı artırarak yolumuza devam edeceğiz. Dijital dünyadaki bu dönüşümde yer almak ve oyunlaştıramadığımız alanlar bırakmamak adına çalışmalarımızı hız kesmeden sürdüreceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



VOLKAN ÖZ
GPAY
CO-FOUNDER

2024 yılı bizim için, kurulduğumuz günden bu yana ivmemizin en fazla katlandığı sene oldu. 2020, birçok açıdan insanların alışkanlıklarında benzeri görülmemiş değişikliklerin yaşandığı bir yıldır ve en büyük değişimler arasında oyunun popülerliğinin hızla artması yer aldı. Ancak aradan geçen zamanla sektörde var olan oyuncuların artık reşit hale gelmesiyle birlikte 2023 ve 2024 senelerinde de oyun sektöründeki hareketlilik hızını arttırdı. Bu devasa ilgili ve aktif oyuncu hacmi, oyunun zaten şaşırtıcı olan büyüme tırmanışını hızlandırdı ve sektörün 2020 ile 2024 arasında pazar değerinin dolar bazında %39 artmasına yardımcı oldu.

Gpay olarak, kurulduğumuz 2015 yılından bu yana oyun ve oyun içi ekipman satışını gerçekleştiren dijital dünyayı ana hedef olarak belirledik. Dolayısıyla oyun dünyasındaki bu yükseliş, eş zamanlı olarak firmamızın büyümesini de etkiliyor. Uzun süredir oyun sektöründe olmamız nedeniyle sektörün hem oyuncu hem de üye iş yeri tarafını iyi analiz ediyor, ihtiyaçları görüyor, sektörün zayıf yönlerini tespit edip alternatif çözüm yöntemleri üretiyoruz. Bu da dijital oyun sektöründe bizi en çok tercih edilen firmalardan biri haline getirdi. Bilhassa özelleştirilmiş kullanıcı bazlı ve üye iş yeri bazlı fraud tool'larımız ve üye iş yerlerimize özel sunduğumuz rehberlerimiz, geniş yazılım ve müşteri destek ekibimiz oyun sektöründe alternatif ödeme yöntemi arayan firmaların başlıca adresi haline getirdi Gpay'i.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



VOLKAN ÖZ
GPAY
CO-FOUNDER

Harika oyunlar fikir olarak başlar ve dünyanın dört bir yanındaki insanların merakı ve azmi sayesinde hayata geçerler. Ancak bu fikirlerin birçoğu, onları yaratan zihinlerin bunu yapacak desteği veya araçları bulunmadığı için asla hayata geçemiyor. Oyun alanında her zaman daha iyisi olduğuna inanıyoruz. Bu nedenle, var olan firmaların vizyonlarını ve hedef kitlelerini genişletmek için elimizden geleni yaparken yaratıcıların hayallerini gerçekleştirmek için ihtiyaç duydukları bağlantıları kurarak işleri yoluna koymalarına yardımcı oluyoruz. Önümüzdeki dönemde metaverse entegrasyonu, yapay zeka uygulamaları, bulut oyunlar ve bağımsız geliştiricilerin sektördeki etkisinin artmasını bekliyoruz. Zira dijital oyun sektörü, eğlencenin ötesinde artık kültürel bir fenomen olarak önemini sürdürüyor.

Bu kültürel fenomenin bir parçası olarak Gpay, oyuncuların ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir debit kart ve oyun firmalarının ihtiyaçlarını karşılayacak bir kurumsal debit kart projesi üzerinde çalışıyor. Daha önce de bahsettiğimiz üzere, çok uzun yıllardır oyun camiasının kalbinde olan bir firma olarak; hem oyuncu hem kurumsal tarafın ihtiyaçlarını çok iyi analiz ediyor, her geçen gün sunduğumuz inovasyonlarla onları desteklemeye devam ediyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



OZAN EMRAH ÜNAL
PORTUMA
KURUCU / CEO

2024 yılının ilk yarısında, Türkiye'deki toplam medya ve reklam yatırımları bir önceki yılın aynı dönemine göre %148,6 artarak 111,78 milyar TL'ye ulaştı. Bu yatırımların %71,2'si dijital medyaya ayrıldı. Oyun içi reklamcılık alanında ise, 2024'ün ilk çeyreğinde mobil oyun pazarı %20 büyümeye kaydetti ve bu segmentte 80 milyar dolarlık reklam harcaması yapıldı.

Bu veriler ışığında, markaların reklam bütçelerinin büyük bir kısmını dijital mecralara yönlendirdiğini ve oyun içi reklamcılığın hem Türkiye'de hem de dünya genelinde daha fazla önem kazandığını söyleyebilirim.

Şüphesiz benim için en dikkat çekici gelişme, markaların oyun ekosistemine olan ilgisinin artması oldu. Artık reklamlar oyun dünyasının hissedilen ve deneyimlenen bir parçası haline evrildi.

Bu dönüşümde rol oynayan Portuma, oyun içi reklam ekosisteminde kullanıcı deneyimini bozmadan hem banner hem de audio reklam modelini aynı SDK içinde çalıştırmayı başaran ilk ve tek şirkettir. Teknolojisi, Unity tarafından "Verified Solution" onayını almıştır. Tüm bu gelişmeler, oyun içi reklamcılığın markalar için gelecekte çok daha stratejik bir önem kazanacağını göstermiştir.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



CİHAN ÖNAL

LOGITECH TÜRKİYE
KATEGORİ VE
PAZARLAMA LİDERİ

Türkiye, genç ve teknolojiye meraklı nüfusu, oyun geliştiricileri, başarılı espor takımları ve sürekli artan oyuncu kitlesiyle küresel arenada oldukça dikkat çeken bir pazar. Teknolojinin hızla dönüştürdüğü bu sektör, yapay zeka, artırılmış gerçeklik ve bulut teknolojileri gibi yenilikçi çözümlerle oyunun geleceğini yeniden tanımlıyor.

Logitech G olarak globalde 20'den fazla profesyonel takım ve organizasyonla iş birliği yaparak tasarladığımız ekipmanlarımızla, oyuncuların sınırlarını zorlamalarına olanak tanıyoruz. Kablolu, kablosuz ve PRO seviyedeki ürünlerimizle her seviyeden oyuncunun ihtiyacını karşılayacak bir ürün çeşitliliğine sahibiz.

Logitech Türkiye olarak espor arenasındaki takım sponsorluklarımız ve ekipmanlarımızla ekosistemi desteklemekten gurur duyuyoruz. Ülkemizin başarılı iki espor takımıyla aramızda sponsorluk ilişkisi bulunuyor. Bu iş birliklerimiz sayesinde oyuncuların ihtiyaçlarını daha iyi anlıyor ve aldığımız geri bildirimleri tasarım süreçlerimize dahil ediyoruz. Böylece hem teknolojisi hem de tasarımıyla kazanmak için oynayanlara hitap eden ekipmanlar üretiyoruz.

Türk espor takımları ve oyuncularının global arenada bilinirliğini artırmak adına çalışıyoruz. Onların başarılarını destekliyor, ülkemizin oyun dünyasındaki görünürliğini artırmak için çabalyoruz. Hatta bu konuda 2024 yılında Logitech G tarihinde bir ilk yaşandı ve Türk espor takımının logosu PRO Serisi ürünlerimizin kutusuna eklendi. Bu gelişme hem bizim hem de ülkemiz için oldukça önemli bir başarı ve gurur kaynağı oldu.

Türkiye'de oyun ekosistemine sağladığımız katkıları devam ettirerek, kullanıcılarımızla güçlü bir duygusal bağ kurmayı ve Türkiye'nin ikonik oyun ekipmanı markalarından biri olmayı sürdürmeyi hedefliyoruz. Oyunculara yalnızca ekipman sunmuyor, aynı zamanda onların tutkularını, hedeflerini ve zaferlerini paylaşıyoruz. Çünkü Logitech G markamızın özünde sadece oyun değil, oyunla birlikte gelen başarıyı paylaşma ruhu var. Bizim için başarı, bu topluluğun bir parçası olmak ve zaferlerimizi birlikte kutlamaktan geçiyor.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



BURAK YURTBAK
MASOMO
CMO

Türkiye’de Oyun Sektörü: Fırsatlar ve Trendler

Türkiye’nin oyun sektörü, yenilikçilik ve tutkulu bir oyuncu kitlesiyle hızla gelişmeye devam ediyor. Yapay zeka entegrasyonu ve oyun içi marka iş birlikleri gibi yeni alanlar, sektörün dinamiklerini yeniden şekillendiriyor.

Oyunlarda Yapay Zeka: Yapay zeka, dinamik zorluk ayarları, kişiselleştirilmiş deneyimler ve daha akıllı etkileşimler gibi özelliklerle oyun dünyasını dönüştürüyor. Türkiye’de bu gelişmeler, daha sürükleyici ve rekabetçi oyun ortamlarına olan ihtiyacı karşılıyor. Masomo olarak, UA kreatifleri için fikir üretiminden yaratıcı prodüksiyona, oyuncu etkileşimini ve bağlılığını artırmaya kadar birçok alanda yapay zeka çözümlerini keşfetmeye devam ediyoruz.

Oyun İçi Marka İşbirlikleri: Oyun içi marka iş birlikleri eşsiz fırsatlar sunuyor. Masomo olarak, markalarla yaptığımız işbirlikleri sayesinde markalı ödüller sunulan etkinlikler ve turnuvalar düzenledik. Markaların logolarını ve mesajlarını oyun içerisine entegre ederek oyuncu deneyimini zenginleştirdik ve markalara pozitif geri dönüş sağladık.

Türkiye’nin Oyun Sektöründe Yükselen Gücü: Türkiye’nin yetenekli ve teknolojiye yatkın nüfusu, ülkeyi oyun geliştirme alanında büyüyen bir güç haline getiriyor. Bu ivmeyi sürdürebilmek için eğitime, mentörlük programlarına ve akademi-sektör işbirliklerine yapılan yatırımlar büyük önem taşıyor.

Topluluk Katılımı ve Espor: Türkiye’de esporun hızlı yükselişi, canlı oyun topluluklarının önemini vurguluyor. **Kafa Topu 2** ile düzenlediğimiz turnuvalar, oyuncu sadakatini artırmada ve markalara anlamlı etkileşim fırsatları sunmada etkili oldu.

Türkiye’de oyun sektörü büyük bir potansiyele sahip. Yapay zeka, yenilikçi iş birlikleri ve topluluk odaklı stratejilere odaklanan şirketler, hem yerel hem de küresel başarı için güçlü bir konumda olacaklardır.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



MURAT KÖMÜRCÜ
BYNOGAME
CEO

Bir yılbaşı olduğunda hissediyorum... Bir de Gaming in Türkiye'den **Uzman Görüşü** talebi maili geldiğinde...

Bir yıl daha geçti, ha?! Charles Dickens'ın dediği gibi:

“Zamanların hem en iyisi hem de en kötüsüydü.”

Bir yandan bombalar patlıyor, yaralı çocuklar derme çatma hastanelere ulaştırılıyor, birileri o hastaneleri de bombalıyor... Bizse bir yandan “Ey Ay, Mey Ay” diyorduk.

“Bilgeliğin ve aptallığın çağıydı.”

İnsanlığın bugüne kadar ürettiği bilgiden çok daha fazlasını 2024'teki her gün ürettiyorduk. Oxford ise aynı yıl, yılın sözcüğünü **“Brain Rot”** olarak belirliyordu.

“Hem inanç hem de kuşku devriydi.”

Blockchain'in, kripto paralardan çok daha fazlası olduğu, birçok uygulama ile hayatımızı değiştireceği söyleniyordu. İnsanlar kripto paralara **“-onları zengin edeceği düşüncesiyle-** güveniyordu.

Herkes bir anda **“teknoloji ve borsa”** uzmanı olmuştu!

“Işığın da asırdı, karanlığın da.”

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



MURAT KÖMÜRCÜ
BYNOGAME
CEO

Metavörs'lerde dünyalar kuruldu, araziler alındı. Bunu gören kelli felli adamlar: "Efendim, metavörs şöyledir, metavörs böyledir" diye demeçler verdi. İnsanlar yatırım yaptı, birikimlerini kaybetti.

Bütün bunlar, günde 748 milyon kişinin temiz suya erişemediği bir dünyada yaşandı.

"Hem umut baharıydı hem de umutsuzluk kışı."

Birileri çıkıp "Efendim, çok süper fikirlerimiz var!" dedi.

"Bu fikirler dünyayı değiştirecek!" dedi.

"Dünyanın en mühim buluşu eN-eF-Tiii'dir!" dedi.

Birkaç kilobaytlık ottan, b*ktan görsellere "sanat eseri" dediler.

Oyunlardaki öğeler de "eN-eF-Tiii olmalı" dediler, "White paper, might paper" dediler, sadece bir PDF yazdılar. Sonra da insanlara: "Hiçbir değer üretmeden para kazanacaksınız!" dediler... İnsanlar yatırım yaptı ve her şeylerini kaybetti.

"Her şeye sahiptik, hiçbir şeyimiz yoktu." — Charles Dickens

"Çok şey söyledin ama siz ne yaptınız, bunu söylemedin" diyorsanız:

Yukarıdakilerin hiçbirini.

Biz sadece işimizi yapıyoruz.

ByNoGame'de **17. yılımız** bitti.

ByNoGame'e dönüşen internet kafemiz **Pashanet** ise **20. yılını** devirdi.

*"To-do list"*imiz hâlâ çok dolu ve hiç bitmiyor. :)

Sevgiler.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



NİLAY ALTAN
TÜRK TELEKOM
SABİT HİZMETLER
PAZARLAMA DİREKTÖRÜ

Teknolojik yeniliklerin, dijital dönüşümün ve topluluk odaklı deneyimlerin kesişim noktasında hızla evrilen bir ekosistem olan oyun sektörü, kültürel trendleri ve hatta abonelik tabanlı servisler, mikro ödemeler ve oyun içi alışverişlerle ekonomik modelleri şekillendiren, çok boyutlu bir alan olarak hayatımızda yer almaya devam ediyor. Sanal ve gerçek dünyanın sınırları keşişirken, yapay zekâ, bulut oyun servisleri ve mobil platformlar gibi gelişmelerle oyun ekosistemi bize sürekli bir yenilik vaat ediyor. Özellikle son yıllarda sanal gerçeklik (VR) ve artırılmış gerçeklik (AR) gibi teknolojiler oyunculara yeni deneyimler sunarak oyun dünyasının sınırlarını zorluyor. Diğer yandan çevrimiçi platformlar, sosyal medya ve streaming servisleri oyuncular için zengin sosyal etkileşim fırsatları yaratıyor. E-sporun yükselişi de bu topluluk etkileşiminin en somut örneklerinden biri olarak karşımıza çıkıyor; rekabetin ve dayanışmanın iç içe geçtiği bu alan, profesyonel sporun ötesinde, kültürel bir fenomen haline gelmiş durumda.

2024, oyun dünyası için teknolojik yeniliklerin, içerik çeşitliliğinin ve oyun ekosistemindeki dönüşümlerin hız kazandığı bir yıl oldu. Oyun ekosisteminde birçok yeniliğe imza attığımız Türk Telekom GAMEON ile bu değişimin tam merkezinde yer alarak oyunculara sunduğumuz özel fırsatlarla internet ve oyun deneyimini güçlendirme misyonumuzu sürdürdük. Oyun tutkunlarının en önemli ihtiyacı olan yüksek download, yüksek upload ve düşük pingli interneti, güçlü altyapımızla 1000Mbps'ye kadar hızlı fiber internet paketlerimiz ve oyuncunun seveceği faydaları içeren internet kampanyalarımızla sağladık. Bu sayede oyuncuların internet deneyimini yüksek hızlı internet kampanyalarımız ve oyun odaklı faydalarımızla maksimize ettik. Twitch, Playstore, Game Pass, Asus ve daha birçok markadan oyunculara özel fırsatlar sunduk. Binlerce oyunsever, GAMEON'un internet ve oyun içi kampanyalarından faydalanarak bu dinamik ekosistemin içinde yer alırken, favori oyunlardan özel indirimler sağlayarak onlar için oyun keyfini katladık.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



NİLAY ALTAN
TÜRK TELEKOM
SABİT HİZMETLER
PAZARLAMA DİREKTÖRÜ

Ayrıca, GAMEON'un ev sahipliğinde düzenlenen Valorant ve PUBG turnuvalarına 1.500'den fazla oyuncunun katıldığı kıyasıya rekabetin yaşandığı etkinlikler gerçekleştirdik. Esport alanında önemli liglere sponsor olarak ekosisteme olan katkımızı sürdürmeye devam ediyoruz.

GAMEON sosyal medya hesapları üzerinden 7/24 internet destek ekibimizle gamerların yanında olurken, oyuncuların yer aldığı farklı platformlarda yarışmalar, etkinlikler ve özel kampanyalarla bir araya gelerek birlikte mücadele ettik, rekabetin ve eğlencenin keyfini çıkardık. GAMEON kampanyalarına özel aktivasyonlar ve çeşitli sürprizlerle topluluk bazlı bir deneyim alanı oluşturduk. Tüm bu çalışmalarımızın bir sonucu olarak yıl içinde gerçekleştirdiğimiz araştırmalarda marka skorlarımızda gözle görülür bir artış gözlemledik ve GAMEON'un üçüncü yılı yaklaşırken marka bilinirliği ve sevgisinin müşteri gözünde hızla yükseldiğini gördük. Bu sonuç müşterilerimizin ihtiyaç ve taleplerine kulak vererek düzenlediğimiz aksiyonların somut bir göstergesi olarak bizi yeni projeler için daha da motive ediyor.

Türk Telekom GAMEON olarak, oyuncularımızın değişen beklentilerine ve sektördeki yeniliklere odaklanarak en son teknolojileri ürün ve hizmetlerimize entegre ederken, bireysel deneyimleri ve topluluk etkileşimini zenginleştiren sürükleyici oyun deneyimleri sunmaya devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



ROI NAM
AIRBRIDGE
CEO

Türkiye'deki oyun stüdyoları büyüyor, ancak daha sıkı bütçeler, daha kısa zaman çizelgeleri ve artan rekabetle mücadele ediyor. Kazanmak için her pazarlama bütçesinin daha akıllıca kullanılması gerekiyor.

Çözüm mü? Veriye dayalı bir yaklaşım benimseyerek oyun geliştirme ve kullanıcı ediniminin her aşamasında daha hızlı iterasyon sağlamak.

Daha Hızlı Araştırma: SensorTower, SocialPeta, AppGrowing ve MobileAction gibi araçları kullanarak sektördeki rakipleri analiz edin, performans ölçütleri belirleyin (örn. ideal CPI, D7 retention) ve uygulama kategorinizde başarılı kreatifleri tespit edin.

Daha Hızlı Prototip Lansmanları: Maksimum 1-2 haftalık oynanış süresine sahip 5-10 oyun başlatın. Meta, Google ve TikTok gibi platformlarda ABD ve Filipinler gibi test pazarlarında 3-7 gün boyunca kampanyalar düzenleyin. CPI testleri sayesinde en umut verici oyun konseptlerini hızla belirleyin.

Soft Launch Optimizasyonu: Prototip aşamasında belirlediğiniz 1-2 oyunu seçerek retention oranını ve oynanış süresini artırın. Oynanış ve ilerleme sistemlerini geliştirerek kullanıcı deneyimini iyileştirin. Gelir modelinizi, reklam içi gelir (IAA) ve uygulama içi satın alımlar (IAP) ile optimize edin.

Daha Hızlı Kullanıcı Edinimi (UA) Çeşitlendirmesi ve Kreatif Testleri: Reklam kreatiflerinde geniş çaplı A/B testleri uygularken, kullanıcı edinim çalışmalarınızı 10-15 platforma genişletin. Kampanya ve kanallar genelinde pozitif ROAS elde etmek için pLTV ve kohort bazlı ROAS ölçümleri yapın.

Doğru Mobil Ölçüm Ortağını (MMP) Seçmek Önemlidir: Airbridge, gizli maliyetler olmadan gelişmiş özellikler sunarak oyun stüdyolarına veri odaklı kararlar almaları için gereken içgörülerini sağlar. Oyun lansmanınızın ilk gününden itibaren ROAS'ı artırmanıza yardımcı olur.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



AV. DOÇ. DR.
METE TEVETOĞLU
TEVETOGLU LEGAL

2025 yılının, oyun dünyasında hem teknolojik yenilikler hem de yeni hukuki düzenlemeler açısından önemli gelişmelere sahne olacağını ön görüyoruz. Bunların arasında metaverse oyunları yazılım ve donanım optimizasyonuna bağlı olarak öne çıkabilir.

Yapay zeka ve sanal gerçeklik teknolojileri ve yasal mimarisindeki gelişmeler ekosistem için belirleyici olacaktır. 2025'te piyasaya sürülmesi beklenen oyunlar özellikle oyuncu güvenliğine dair düzenlemelerin daha çok dikkat çekmesine sebep olabilir. Bilindiği gibi Avrupa Birliği'nin Dijital Hizmetler Yasası (Digital Services Act), oyun şirketlerinin çevrimiçi zararları ve bunların önlenmesine yönelik şeffaflık raporları sunmasını zorunlu kılıyor. Bu, oyuncu güvenliğinin artırılmasına yönelik önemli bir adım olarak görülüyor ve bu düzenlemenin 2025'te çeşitli uygulama örnekleriyle somutlaşmasını bekliyoruz.

İşaret etmek istediğimiz son husus ise içerik derecelendirmenin geliştirici - yayıncı içeriğinin yanı sıra kullanıcı içeriği için de segmente edilmesi. Kullanıcı etkileşimli içeriğin derecelendirilmesi platformlar tarafından hızla benimsenmesi gereken bir konu olarak notlarımızın arasında.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



ALİ BARUTÇUOĞLU
LOCPICK GAME
LOCALIZATION & AUDIO
KURUCU ORTAK VE CEO

2024, oyun endüstrisinde herkesin önceliklerini yeniden değerlendirdiği bir yıl oldu. Kimileri değişime uyum sağlamayı ve yeniliklere kucak açmayı seçerken, kimileriye bu zorlu dönemi atlatmak için güçlü yönlerine daha sıkı tutundu.

Yapay zekânın oyun geliştirme ve yerelleştirme süreçlerindeki kullanımıyla ilgili tartışmalar, bu ayrımı net bir şekilde ortaya koydu. Bir uçta, yapay zekâyı sihirli bir değnek olarak görüp yaratıcı süreçlerde insan dokunuşunu tamamen devre dışı bırakmaya çalışanlar vardı. Diğer uçta ise, yapay zekâ ve makine öğrenimi araçlarını kesinlikle kullanmayacaklarını beyan edenler.

Bana kalırsa, gelecek bu iki uç noktanın ortasında bir yerde. Yapay zekâ araçları, özellikle maliyetlerin ön planda olduğu böyle dönemlerde, daha da kullanışlı ve pratik hale gelecektir. Ancak oyun yerelleştirme, sanat, tasarım ve ses gibi alanlar; yaratıcılık, nüanslar ve kültürel iç görülerle şekillenen, özünde insani süreçlerdir.

İnsanı bu süreçlerden tamamen çıkararak başarıya ulaşmış bir oyun henüz görmedim, yakın zamanda göreceğimi de sanmıyorum. Oyuncular, üzerinde özenle çalışılmış ve uzmanlıkla hazırlanmış oyunlara yönelir. Bu yüzden, insan yaratıcılığına hangi noktalarda güvenilmesi gerektiğini bilen geliştiriciler, sektöre yön vermeye devam edecektir.

Verimlilik, şirketlerin ayakta kalması için elbette her zaman önemli bir faktör olacaktır. Ancak fark yaratmak için sadece verimlilik yetmez; özgünlük, sanatsal bir vizyon ve oyuncularla anlamlı bir bağ kurmak da şart. Bu ise, hiçbir algoritmanın taklit edemeyeceği bir şey.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



CİHAN AĞAÇİŞİ

MOONTON
PAZARLAMA DİREKTÖRÜ

Son birkaç yıldır, Türk mobil oyun sektörü hem iç pazarda hem de uluslararası arenada önemli atılımlar yaparak bizleri gururlandırmaya devam ediyordu. Bu gelişmeler, PC ve konsol gibi diğer platformlarda da yerli yapımcı ve yayıncılarımızı teşvik eder mi diye merak ederken, 2024 yılı bu soru işaretlerimizin giderilmeye başlandığı, bu platformlarda da ciddi adımların atıldığını gördüğümüz bir yıl oldu. Türk oyun sektörünün hızla her platformda büyüdüğünü görmek gerçekten heyecan verici. Ek olarak, Türk oyun pazarı, diğer pazarlarla kıyaslandığında renkliliğini ve dinamizmini koruyarak öne çıkmaya devam ediyor. Çok farklı türde oyunlardan çeşitli platformlara kadar geniş bir alana yayılan oyuncu kitlesi, pazarı çok yönlü ve ve her segmentte aktif, rekabetçi bir pazar haline getiriyor.

Moonton da Türkiye pazar potansiyelinin farkında olarak yatırımlarını artırarak sürdürüyor. 2024 yılında, Türkiye'yi major marketlerimiz arasına alarak MLBB için gerçekleştirdiğimiz büyük pazarlama aksiyonlarının yanı sıra, Türkiye'nin en büyük espor organizasyonlarından birini de düzenledik. Geçtiğimiz yıllara kıyasla aktif oyuncu sayımızda büyük bir sıçrama elde ettik. 2025 yılında, pazarın daha da büyüyeceğini ön görerek biz de yatırımlarımızı arttırıyor olacağız.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



SENEM AKSAKAL
OSE PLATFORMU
KURUCUSU
QA TAKIM LİDERİ

Oyun Sektöründe Durgunluk Dönemi Bitti, Tekrar Yükseliş Zamanı!

Özellikle **2023** ve **2024** yıllarında etkisi oldukça hissedilen, **“oyun sektöründe durgunluk dönemi”** olarak tabir edebileceğimiz dönemin geride kalmaya başladığını düşünüyorum. Bu dönemde;

- pek çok oyun stüdyosu veya departman kapandı,
- sayısız kişi işsiz kaldı ve tekrar iş bulmakta zorlandı,
- yatırım sayısı ve yatırımların büyüklüğü azaldı,
- oyun girişimcileri eskisi kadar kolay sermayeye ulaşamadı,
- CPI'lar yükseldi,
- hit oyun yakalamak gittikçe zorlaştı...



Ancak tüm bunlara rağmen hayatta kalan, işlerini büyüten, yatırım alan veya sıfırdan kurulan şirketler de oldu. Dream Games, Spyke Games ve Grand Games gibi oyun stüdyolarının yükselişine tanıklık ettik.

Geçtiğimiz sene 3 girişimcilik merkezi faaliyetlerini sonlandırırken 3 yeni “hızlandırma programı” oluşturuldu. Üç vakıf üniversitesinde daha Dijital Oyun Tasarımı lisans bölümü açıldı ve 2025 güz döneminde bu listeye bir üniversitenin daha katılacağını öğrendik. Böylece tam 23 farklı üniversite, Dijital Oyun Tasarımı lisans bölümüne sahip olacak.

Kısacası; bir yandan olumlu gelişmeler olurken bir yandan ise özellikle sektöre girmek veya sektörde tutunmak isteyen kişiler için negatif olayların yaşandığı 2 yıl geçirdik. Gün geçmiyordu ki bir oyun stüdyosunda yaşanan mobing haberini LinkedIn paylaşımlarında okumayalım. Bu konuda bir sektör birliğine ihtiyaç vardı. Nitekim “Dijital Oyun Yapımcıları Meslek Birliği (DOYEB)” kurulma aşamasına geldi. Umarım sektörün kanayan yaraları için bir merhem görevi görecektir.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



SENEM AKSAKAL
OSE PLATFORMU
KURUCUSU
QA TAKIM LİDERİ

"GDC 2025 State of the Game Industry" raporuna göre, geçtiğimiz yıl işten çıkarılan geliştiricilerin %16'sı şimdi yalnız (indie olarak) çalışıyor. Ülkemizde de indie oyun geliştiriciliği son 2 yılda oldukça hız kazandı. Bir game jam macerası olarak başlayan Pile Up!, pek çok ödüle layık görüldü ve Gamescom 2023'te ülkemizi temsil etti. Bu yıl yayınlanan Liar's Bar ise Steam Ödülleri'nde "En Yenilikçi Oynanış" ödülünü kazandı. Good Kill!, Nazar ve Black State gibi dünya standartlarında ülkemizden oyunlar çıktı. Oyun girişimciliği ve özellikle indie geliştiriciliğin 2025 yılında da artarak devam edeceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Hem yatırım sayısı hem de yatırım büyüklüğü açısından tekrar ivme kazanacağımız bir yıl olacağına inanıyorum. Geçtiğimiz yıl kurulan PlayGate Girişim Sermayesi Yatırım Fonu (GSYF) ve oyun dikeyindeki diğer fonların da bu duruma katkısı büyük olacaktır.



OYUN SEKTÖRÜ ETKİNLİKLERİ

Investgame tarafından yayınlanan "Five Years of The Rising Gaming Empire Türkiye" raporunda Türkiye'nin özellikle mobil oyunlardaki başarısına değiniliyor. Benzer bir başarıyı neden indie oyunlarda da yakalamayalım?

Raporda yazılan son paragrafı aynen aktarmak istiyorum:

"Türkiye'nin oyun ekosistemi, küresel sahnede rekabet etmek için ihtiyaç duyduğu her şeye sahip: dünya standartlarında yetenek, inovasyon kültürü, yatırımcılar ve satın alanlar tarafından artan tanınırlık. Soru, Türkiye'nin bir sonraki büyük hiti üretip üretmeyeceği değil, ne zaman ve kaç tane üreteceğidir."

Oyun sektöründe durgunluk dönemi bitti, tekrar yükseliş zamanı!

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



AREN ÜNAL

CMO - SANGAL GAMING
GROUP B.V.

2024 yılı, espor ekosistemi açısından hem zengin fırsatlarla dolu hem de finansal açıdan zorlayıcı bir yıl olarak geride kaldı. Farklı kaynaklar tarafından yayımlanan raporlarda yer alan rakamlar, bölgesel bazda çeşitli şirketlerin ciddi hamleleri ve yatırımlarıyla bu alanı daha elverişli kılma çabalarını ortaya koyarken, bu gayretler bazı bölgelerde önemli karşılıklar bulsa da, pastanın büyük bölümünü kapsayan alanlarda stabilizeyi önemli ölçüde sürdürdü. 2025 yılında, hem yenilikçi adımlar hem de regülasyonlarla bu potansiyelin daha çok ortaya çıkarılması için takım ve şirketlerin daha sürdürülebilir finansal kaynaklara ihtiyacı olacağı çok açık. Bu kaynaklar artarsa, küresel düzeyde daha farklı sonuçlar elde edeceğimize inanıyorum.

Sangal olarak, takım ve şirket tarihimizin en başarılı yılını geride bıraktık. Kazandığımız beş şampiyonluğun yanı sıra; Kaspersky, Arko Men ve SteelSeries gibi hem endemik hem de endemik olmayan markalarla ortaklıklar kurduk. 2025 yılında aramıza Blade markasını da katarak bu ortaklıkları daha da genişlettik. Şampiyonluklardan öte, sponsorluklara başarı çerçevesinde değil; markaların espor ile daha yakın bir ilişki kurmasını sağlamak, onlara her an güncel bilgi sunmak ve kampanyalarına hızlı adaptasyon imkânı tanımak gibi hedefler üzerinden yaklaştık. Bu sayede hem markaların hem de temsilcilerinin espor alanındaki fırsatları daha net bir şekilde görmesini sağladık.

Başarılı örnek çalışmalar geliştirirken, 2025 yılı için üretmeyi planladığımız projeleri marka bazında ayırıp, bu projeleri daha kapsayıcı ve somut verilere dayalı bir yapı ile sunmayı hedefledik. Sektördeki markalarla kurduğumuz iletişimleri daha da yakınlaştırdık ve onlara "2025'i kapattık." sloganıyla sesleniyoruz. Bu sloganın ardında, birlikte çalışıp çalışmadığımıza bakmaksızın, bütün markalara espor ekosistemini dönüştürecek bir temel oluşturma konusunda destek sunma vizyonu yatıyor. Bu bilgi birikimi, daha sade ama ezber bozan bir yaklaşımla hem Türkiye hem de küresel düzeyde değerli dersler içerecek bir yılı kapsamalı.

2025 yılının hepimiz için sağlık, mutluluk, şans ve başarı getirmesini diliyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



VOLKAN TURAN
FIBER GAMES
KURUCU ORTAK

2024 mobil ekosistemde rekabetin bir nebze daha sertleştiği bir yıl oldu. Kullanıcı maliyetleri hemen hemen tüm türlerde artarken, üreticiler ve yayıncılar daha derin “retention” kurgularının peşine düştüler. Önceki yıllarda stüdyolar daha çeşitli mekaniklerden oluşan prototip portföyleri oluştururken artık stüdyoların daha niş alanlara kaydıklarını ve daha sofistike temel döngüler oluşturduklarını görüyoruz.

Biz de Fiber Games olarak 2024 yılında odağımızı iki ana alana verdik: Bulmaca oyunları ve Lifestyle Sim’ler. Bulmaca oyunları özellikle “ideation” süreçlerinde tasarımcıları zorlasa da oyuncudan geri bildirim çok hızlı aldığımız ve retention iyileştirmelerini hızlıca yapabildiğimiz bir alan oldu. Bu nedenle yılın sonlarına doğru iki oyunumuz “release potential”a alındı ve halen üzerinde çalışmaya devam ettiğimiz projelerimiz hayata geçmiş oldu. Diğer yandan 2024’te geliştirme sürecinde olduğumuz hybrid casual projemiz olan “Beauty Center” ise bu yıl içinde yayına alınıyor olacak. Yine 2024 yılında üretim süreçlerimizde yapay zekayı aktif olarak kullanmaya başladık. Özellikle oyuncu hareketlerini takip ve analiz etmek için de aktif olarak yapay zekadan faydalanmayı öğrendik.

Bugün Fiber Games olarak kullanıcılarımıza kişiselleştirilmiş teklifler yapan bir yapay zeka aracımız bulunuyor. Önümüzdeki yılda da bu araçlardan maksimum verimi alıp üretim ve güncelleme döngülerimizi daha da kısaltmayı planlıyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



SİNAN AKKOL
GAMEDEV.IST
KURUCU ORTAK

Gamedev.ist olarak 2024 yılında ilk üç oyunumuzu yayınladık. Ülkemizin ilk PC ve konsol odaklı yayıncılık platformu olarak Anomaly Agent, Once Alive ve Inn Tycoon oyunlarımızla tüm dünyada 200.000'in üzerinde satış gerçekleştirdik. Yine küresel ölçekte yayıncı ve partnerliklere imza atıp yerel ekosistemden çıkan oyunları dünyadaki oyuncularla buluşturduk. Bunun yanında sadece Steam üzerinde değil, Xbox ve PlayStation gibi oyuncularımızı küreselde multi-platforma taşıyacak tüm olası iş ortaklarına kendimizi tanıttık. Anomaly Agent yıl sonuna doğru hem Xbox, hem de PlayStation platformlarında yayınlandı.

Ülkemizdeki üretim kalitesi giderek artarken mobil kökenli Nokta Games Supermarket Simulator büyük bir başarıya imza atarak sadece Steam üzerinden 2.5 milyondan fazla satış gerçekleştirdi. Mobilden, PC ve konsol pazarına kayan birçok yetenekli ekip ile tanıştık ve 300'den fazla stüdyo ile bir araya geldik. Yine farklı coğrafyalarda farklı satış kurguları gerçekleştirip pazarlama gücümüzün yanına kanal yönetimini de ekledik. Böylece geçtiğimiz yıl itibarıyla Gamedev.ist stüdyoların finansal, pazarlama, prodüksiyon ve satış ayaklarını tamamen ele alabilecek duruma geldi.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



BURAK GÜVEN
AKMENEK
SINGIN GIANT
FRACTIST
KURUCU ORTAK

Geçtiğimiz yıl Singin Giant olarak bizim ilk oyunumuz Contain'i piyasaya sürerek oyun piyasasına adım attığımız bir yıl oldu. 2025'in ilk ayında ise ikinci oyunumuz Revenge of the Mage çıktı. 2025 yılından hem bu oyunlarımız hem de başka işlerimizle adımımızı duyurmaya devam edeceğiz.

Ayrıca benim Bahçeşehir Üniversitesi'nde Game Business dersi vermeye başladığım ve böylelikle geleceğin oyun yapımcılarına iş yönetimi anlamında da katkıda bulunduğum bir seneydi. Bu dersi halen keyifle vermeye devam ediyorum.

2024 oyun sektörü için dünya genelinde özellikle toplu işten çıkartmaların çokça konuşulduğu bir yıl oldu. COVID sonrası şirketler bilançolarını tekrar düzenlediler ve şişen kadrolarını yeniden yapılandırdılar. Bu da bir çok indie oyun firmasının kurulmasına neden oldu. Büyük firmaların sırtındaki "büyük oyun üretir" etiketi yüzünden artan finans ve zaman maliyetleri ise oyun pazarlarındaki açığın adet bazında bu indie firmalar tarafından doldurulmasını tetikledi. Şu anda Steam'de çıkan oyunların ezici bir ağırlığı indie firmaların mutfağında pişiyor.

Ülkemizde de benzer bir durum söz konusu. Bizde çok büyük firmalar yok ama indie oyun firması sayısında büyük bir artış var. İşin güzel tarafı ise bu artışın oyun adedi olarak da piyasaya yansması. Yani firmalar sadece kurulup oyun çıkartmadan tarihin tozlu sayfalarına gömülmüyor. Hepsi en azından bir adet ürün ortaya koyuyorlar. Bu da oyun piyasası için ortalamanın üstünde bir performans anlamına geliyor.

Ülkemiz açısından en heyecan verici gelişme ise bence Dijital Oyun Yapımcıları Birliği'nin kuruluş aşaması oldu. Bir meslek birliği olması açısından oldukça farklı bir konumda bulunacak olan DOYEB'in çok faydalı çalışmalarında bulunacağından adım gibi eminim. 2025 ve sonrası ülkemizin oyun üretimi açısından daha da büyüyeceğini düşünüyorum. Akademik açıdan da yeni girişimler olduğunu biliyorum. Yeter ki ekonomimiz düze çıkabilsin ve önümüzdeki yasaklar artmak yerine azalsın.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



BATUHAN ÖZMEN
GAMING IN TÜRKİYE
VP OF OPERATIONS &
COMMUNITY

2024 yılında Türkiye oyun sektörü, teknolojik yenilikler ve topluluk dinamiklerindeki değişimlerle dikkat çekici bir uyum sağladı. Yapay zeka, oyun geliştirme süreçlerini iyileştirirken, oyuncular için kişiselleştirilmiş deneyimler sunma ve markalar ile oyuncular arasında daha verimli iletişim kurma fırsatı sundu.

Türkiye'de Discord'un yasaklanması, oyuncu topluluklarının yeni platformlara yönelmesine neden oldu. Bu süreçte, Kick platformu, içerik üreticilerine sunduğu avantajlı gelir paylaşım modeliyle öne çıktı. Twitch'in içerik üreticilerden yüksek gelir payı talep etmesi, platformun cazibesini azaltırken Kick, içerik oluşturucuların finansal çıkarlarını önceliklendiren yapısıyla hızla yükseldi.

Kick'in hızlı büyümesi, topluluk etkileşimini yeniden şekillendirdi. Markalar ve içerik üreticiler, canlı yayınlar ve etkileşimli etkinlikler aracılığıyla izleyicilerle daha derin bağlar kurmaya odaklandı. Bu değişim, esnek ve üretici dostu platformların oyun ekosistemini sürdürmedeki önemini ortaya koydu.

2024 yılı, Türk oyun sektörünün yapay zeka entegrasyonundan platform değişimlerine kadar değişen trendlere uyum sağlama konusundaki başarısını kanıtladığı bir yıl oldu. Yenilikçiliği benimseyen ve topluluk ihtiyaçlarına duyarlı yaklaşımıyla Türkiye, küresel oyun dünyasındaki güçlü konumunu daha da pekiştirdi. Gelecekte, bu uyum yeteneği sektörün büyüme ve uluslararası başarısına ivme kazandırmaya devam edecektir.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



BURAK ÇEVİK
CEO OF GAMENESS

2024, Web3, yapay zeka (AI) ve oyun endüstrisi için dönüm noktası niteliğinde bir yıl oldu. Çığır açan yenilikler, teknolojinin sınırlarını zorlayarak kullanıcı deneyimlerini kökten değiştirdi. Bu dönüşümün öncülerinden biri olarak sektördeki konumumuzu sağlamlaştırdık.

Web3 teknolojisi 2024'te ana akım haline geldi ve benimsenme oranları hızla arttı. Özellikle oyun ve finans alanlarındaki blokzincir tabanlı uygulamalar, kullanıcılar için vazgeçilmez hale geldi. Bu alanda 5 milyon kullanıcıya ulaşarak Web3'ün geleceğini şekillendiren önemli aktörlerden biri olduk. Ayrıca, 24 milyon dolarlık yatırım taahhüdü ile ekosistemimizi genişletmeye ve yeni projeler başlatmaya devam ediyoruz.

Türkiye'de ise çıkan yeni oyunlar dünya çapında oynanmaya başladı. Türk oyun stüdyoları çok büyük yatırımlar almadan muazzam işler çıkabileceğini tüm dünyaya gösterdiler. 2025'de oyun alanına gelecek yatırımın çok daha artacağına inanıyoruz.

Yapay zekaise, yalnızca oyun dünyasında değil, tüm dijital deneyimlerde kendini gösterdi. AI destekli NPC'ler, kişiselleştirilmiş oyun deneyimleri ve oyun geliştirmede otomasyon, sektörün yeni standartları haline geldi. Yapay zeka teknolojilerini kullanarak, kullanıcılarımıza daha akıllı ve etkileşimli bir platform sunmayı başardık.

2024'de yine bir çok markanın kaliteli ajanslarla birlikte güzel işler çıkardığını gördük. Lakin esporda sürdürülebilirlik hala takımlar ve ajanslar için büyük bir soru işareti yaratıyor. Esporda olan hype'ı ve rakamları doğru kullanmamız gerekiyor. Bu konuda Türkiye'de öncü çok güzel şirketler görüyoruz. Umarım markaların da sayısı gün geçtikçe artar.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



BURAK ÇEVİK
CEO OF GAMENESS

Web3 Dünyasında ise Türkiye dünyanın en önemli ülkelerinden biri haline geldi. Web3 Tarafındaki oyuncularla geleneksel oyuncular arasında fark çok büyük. Web3'te 2025'de gerçekten oynanabilir oyunların üretilmesini bekliyoruz. Bunun haricinde ise yatırımcıları oyuncuya dönüştürmeye çalışmak yerine, oyuncuları endüstriye adapte etmek daha öncelikli olmalı.

Oyuncular günün sonunda IP Haklarının kendinde olmasını veya merkezizetsizliği önemsemiyor. Bende benzer penceredeyim. Eğlenceli mi değil mi? Diye düşünerek ürettiğimiz oyunlar Web3 sektörünün geleceğini belirleyecek.

2025, blokzincir, yapay zeka ve video oyunları için heyecan verici bir yıl olacak. 2024, yeni teknolojilerin bir fragmanı gibiydi. Asıl büyük etkiyi bu üç endüstride 2025 yılında göreceğimize inanıyoruz!



DORA ÖZSOY
FOUNDER OF ROGUE
DUCK INTERACTIVE

Yeni bir marka ile yeni bir sayfa açtığımız 2024 bizim için beklentimizin üzerinde geçti diyebilirim. Beklediğimizden daha fazla oyun yapmayı başardık ve ilk senemizden 2 Milyon dolar satışa yaklaştık. Dünya çapında bir çok ekiple iş birliğine imza attık ve Stratera Games'in aksine bu sefer evrensel bir marka olmayı başarıyoruz gibi hissediyoruz.

Dünya çapında çıkan oyun sayısı & hardcore oyunların yoğunluğu ile daha casual oyuncuların artması birleşince, oyuncular arasında "daha hafif" tecrübeler arayan ciddi bi kitle oluştu gibi görünüyor. Biz de ufak, farklı projeler koalamayı seven bir ekip olarak tam olarak bu nişe hitap ediyoruz.

Hazır ivmeyi yakalamışken bolca yeni projeye yatırım yaptık ve 2025'te daha da agresif bir strateji izleyeceğiz ve "anlaşılır strateji oyunları" odağında bir oyun kataloğu oluşturmaya devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



MELİS AKINCI
GAMING IN TÜRKİYE
MARKETING & BUSINESS
MANAGER

YAPAY ZEKA VE YENİ NESİL PAZARLAMA İLE OYUN SEKTÖRÜNDE ATILIM

2024 yılı, Türkiye oyun sektöründe iş geliştirme ve pazarlama açısından önemli bir dönüm noktası oldu. Yapay zeka teknolojilerindeki büyük ilerlemeler, sektörün olağanüstü bir büyüme yakalamasını sağladı. AI destekli araçlar, benzersiz oyuncu davranış analizi, hedef kitle iç görüleri ve kişiselleştirilmiş pazarlama stratejileri ile markaların farklı oyuncu topluluklarına etkili bir şekilde ulaşmasını mümkün kıldı.

Yenilikçi reklam kampanyaları, yaratıcılığı veriyle buluşturarak oyuncuları etkileyen ve büyüleyen içerikler sundu. Oyun içi deneyimlerden sosyal medya kampanyalarına kadar geniş bir yelpazede uygulanan bu stratejiler, yapay zekanın markalar ve oyuncular arasındaki bağı nasıl güçlendirdiğini açıkça gösterdi.

Oyunların geniş kitlelere ulaşmasıyla birlikte, sektörde yer almayan markalar da oyun dünyasıyla iş birliği yaptı ve bu özgün ortaklıklar, oyun sektörünün ana akım kültür içindeki yerini sağlamlaştırdı. Mobil oyunlar ve esporun artan popülerliği, Türkiye'yi küresel oyun dünyasında önemli bir aktör haline getirdi. 2024 yılı, oyun sektöründe pazarlama ve inovasyonun zirve yaptığı bir yıl oldu

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



SİMAY DİNÇ

RECONTACT GAMES
CO-FOUNDER

WOMEN IN GAMES TR
FOUNDER

Türkiye’de oyun sektörü, dijital ekonominin gelişmesini sağlarken, yaratıcı ve kültürel endüstrilerin gücü ile uluslararası arenada ses getiren başarı hikayelerine imza atıyor.

2015 yılında Recontact Games, Women in Games TR, KıraARThane gibi oyun endüstrisinin geleceğine yön vereceğine inandığımız girişimlerle sektöre adım attığımızdan bu yana, son 10 yılda Türkiye global çapta ilgi çeken bir büyüme hikayesi yazdı.

Türkiye, 12 inkübasyon merkezi, 21 hızlandırıcı program ve 2 oyun kümelenmesiyle girişimciler ve yatırımcılar için güçlü bir altyapıya sahip.

Oyun ekosistemimizin 10.000 kişilik genç ve dinamik nüfusu, 44 milyon oyuncusu, yüksek mobil cihaz penetrasyonu, 187 milyar değer yaratan global oyun ekosisteminde hızla büyüdü ve Avrupa’nın ikinci büyük hub’ı olmamızı sağladı. 20’den fazla üniversitede açılan oyun tasarımı bölümleri yetenek havuzunu genişletirken, akademisyen eksikliği eğitim kalitesini sınırlıyor. Ayrıca kadın girişimcilerin ve farklı disiplinlerden gelen yeteneklerin sektöre dahil edilmesi konusundaki eksiklikler, sektörün sürdürülebilirliğini olumsuz etkileyen unsurlar arasında yer alıyor.

Women in Games Türkiye 2015 yılında kadınların oyun endüstrisindeki varlığını güçlendirmeyi amaçlayan bir oluşum olarak başladık, 8000 gence ücretsiz eğitimler, hackathonlar, bootcampler ile ulaştık, başarılı olan gençlerimize yurtdışı eğitim fırsatı sunduk ve şu anda "We are in games" mottosuyla daha kapsayıcı bir şekilde yolumuza tüm heyecanımızla devam ediyoruz. WING’in genel faaliyetleri arasında Art Hackathon, Hacking the Future, Let’s WoW ve Beyond Games gibi oyun sektörünün sürdürülebilirliği ve genç oyun geliştiricileri için etki projeleri bulunmaktadır. WING olarak 10.yılımızı kutlamak için Aralık ayında büyük bir festival hazırlığına başladık.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



SİMAY DİNÇ

RECONTACT GAMES
CO-FOUNDER

WOMEN IN GAMES TR
FOUNDER

Oyun sektörü sadece bir eğlence aracı olarak görülmemeli, global sorunlara çözüm için farkındalık yaratan bir araç, kültürel bir hareket haline gelirse sektöre yeni bir dinamizm kazandırabilir. Recontact Games'de kurucu ortağım, akademisyen ve yönetmen kardeşim Dr. Eray Dinç, film ve oyun alanındaki 10 yıllık deneyimiyle, film dünyasının daha önce hiç görmediği orijinal bir sanat eseri olan Nazar'ı yarattı.

2 yıllık geliştirme sürecinin ardından, masalsi antik kent Kapadokya'da çekilen, Emmy ödüllü efsane Inon Zur'un müziklerini yaptığı, antik ritüellerimizi oyun dinamikleriyle harmanlayan NAZAR'ın özgünlük ve benzersizlik açısından oyun dünyasına, yaratıcı endüstrilere ilham vereceğine ve çok disiplinli bir sanat formu olarak hizmet edeceğine yürekten inanıyoruz. Ancak sektör, fırsatların yanı sıra zorluklarla dolu bir dönüşüm sürecinden geçiyor.

Son 2.5 yıl, hem Türkiye'de hem dünyada oyun sektörü için zorlu geçti. Globalde 34.000 kişi işten çıkarılırken, Türkiye'de 1055 oyun girişiminden yalnızca 844'ü aktif kalabildi. 2023'te 59 yeni oyun girişimi kurulurken, bu sayı 2024'te 38'e geriledi. Rekabetin artması ve maliyetlerin yükselmesi, birçok girişimin ikinci finansman turunu bulamadan kapanmasına neden oldu, girişim sayılarındaki azalma ve yatırım seviyelerindeki düşüş, ekosistemin daha dirençli bir yapıya kavuşması gerektiğini gösteriyor.

Oyun sektörümüz kendini ilk mobil oyun alanında ispatlamış olsa da arzulanan yükselişin artık farklı platformlara ve türlere kaydığını gözlemliyoruz. Geleceğin oyun geliştiricileri çapraz disiplinlerde uzmanlaşmalı, yapay zekanın ürettiği yeni araçları geleceğin kültürel mirasını inşa etmek için kullandıklarında ülkemiz adına ilham verici özgün projelere imza atacaklarına inanıyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



TÜRKER KARAHAN
UDO GAMES CEO
KURUCU

OYUNLA YAŞAYAN OYUNLA ÖLÜR!

2024'ün sektör için önceki yıla göre daha pozitif geçtiğini söyleyecek insan sayısı oldukça az. Peki ya 2025'de bizi neler bekliyor, optimizim mi, yeniliklerle dolu bir yıl mı, ya da sihirli bir değneğin dokunuşu mu? Mucizelere ya da beklenti üstü fırsatlara bel bağlayarak plan yapmak girişimciliğin bir parçası olmamalı. Bugüne kadar sektörü anlatırken kullandığımız tüm başarı hikayeleri, exit'ler, büyük yatırımlar, global scale'ler, kaç tanesinde şans faktörü ön plandaydı acaba? İyi bir planlama, uykusuz geçen uzun süreler, en doğru insanların bir araya gelmesi ve doğru zamanda doğru projelere odaklanmak kulağa çok mu ütöpik geliyor. Sadece etrafta dönen yazılardan, haberlerden değil de bu insanların konuşmalarından, ekiplerinde yer alan insanlardan ya da yakın çevrelerinden hikayelerini dinlemenizi tavsiye ederim. İşte tam buradan başlıyor sektörün olgunlaşma süreci.

Hani meşhur bir sözümüz var "Türk gibi başla, Alman gibi bitir!", işte Türkiye için oyun sektörünün son yıllarının çok güzel bir özeti. Büyük gazlar, motive edilmiş ekipler, daha şirket bile ortada yokken exit senaryosundaki pay dağıtımları, yatırım bulana kadar dış sıkımlar ve hayalleri süsleyen oyun projeleri. Bunlarla ilgili hiç bir sıkıntı yok, çünkü tam burası bizi diğer ülkelerden farklı kılan ve kısa süreleri projelerde, derinleşmeyen operasyonlarda, pratik çözümlerin merkezde olduğu hikayelerde fark yarattığımız nokta. Gel gelelim ki, mobil dünya en az son 2 yıldır böyle işlemiyor! Hız her zaman değerli, anlık reaksiyonlar, fırsatları ilk görüp hızlı aksiyon alanlar hala bir adım önde, ama ne yazık ki artık bir sprint değil bir maraton koşuyoruz. İlk metrelerde öne fırlasak bile yarışın ortalarından itibaren rakiplerimizin arkasında kalıyoruz, bir süre sonra onları görmekte bile zorlanıyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



TÜRKER KARAHAN
UDO GAMES CEO
KURUCU

Teknoloji Yoksa Oyun da Yok!

Prediction, segmentation, UA Automation, live marketplaces ve niceleri. Bu terimleri bilen, merak eden, üretim planının ya da vizyonunun bir parçası haline getiren kaç tane stüdyomuz mevcut. Hani komple iyi giden bir operasyonla 'Personalized Experience' olayına girmiyorum bile(kendileri firma hayalimizdir). Oyun geliştirme noktasında çok deneyimli insanlar biriktirdik, bazılarını yurt dışına kaptırdık, bazıları halen kendi ekibiyle ya da büyük ekiplerle hayallerini kovalamaya devam ediyor. Bu insanlar zaten hala potansiyeli yüksek oyunlar çıkmasının en büyük sebebi. Ancak konu bu potansiyelleri sonuca dönüştürmek, uzun süreli kârlı operasyonlar götürmek ve kullanıcıları içeride uzun süre tutabilecek deneyimler sunmak gibi derin, komplike süreçler ve altyapılar isteyen, titizlikle çalışılması gereken süreçler söz konusu olduğunda, hâlâ çok yol kat etmemiz gerektiğinin farkında olmalıyız.

Oyun teknolojileri, üretim sürecinin bir parçası, planlanan adımların destekçisi ve tüm operasyonun bir booster'ı olmak zorunda. İster ihtiyacınıza göre kendiniz geliştirin, ister içinize en sinen ortaklıkları yapın, isterseniz de bizim de yaptığımız gibi bunu vizyonunuzun bir merkezi haline getirin. Ancak şunun farkında olmak lazım ki, kalitenin her geçen gün daha da ön plana çıktığı, süreçlerin daha da komplike hale geldiği ve rekabet seviyesinin her geçen gün daha da yükseldiği bir ortamda bir fark yaratmak zorundayız.

2019'da başlayan ve günümüze kadar gelen biraz kaotik, biraz heyecanlı ve bir o kadar da yıpratıcı bu roller coaster döneminin hayatta kalanları güçlenerek, know-how'larını artırarak, etraflarından bol bol başarısızlık hikayesi dinleyerek ne yapması ve ne yapmaması noktasında iyice yoğunularak bu günlere geldi. Biz de Udo olarak çok daha eskilerden beri bu gelgitlerin her türlüşünü yaşamış bir firma olarak kalıcı çözümü teknolojide görüyoruz ve tüm planımızı bunun üzerine kuruyoruz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



TÜRKER KARAHAN
UDO GAMES CEO
KURUCU

En doğru oyunu en doğru zamanda ve maksimum kalitede geliştirmek konuşulmaması bile gereken bir konu zaten ancak o ışığı gördükten sonra kaybedecek vaktinin olmadığını ve pürüzsüz bir süreç geçirmen gerektiğini de firma olarak bilmen lazım. 2021 yılından beri kendi SDK'imiz(all-in-one, easy to plug in-out) ve kendi dashboard'umuza(deep analytics, UA automation, live-ops features and more) yoğun bir şekilde uğraşyoruz ve tek hedefimiz bu altyapıları doğru oyunlarla ve doğru ekiplerle bir araya getirmek. İster büyük bir casual oyun firması olsun, isterse büyük bir publisher olsun herkesin hedeflediği o mega scale oyunu yapmak istiyorsan aklın yolu bir; sağlam bir altyapı. Mobil oyun sektörünü PC tarafından ayıran en önemli nokta burasının çooooook daha fazla data odaklı olması ve operasyonların çok daha büyük kullanıcı kitleleri ile, büyük riskler alarak yapıyor olması. Kendi içimizde her zaman kullandığımız bir söylem vardır, "Eğer bir oyun için bir kez gaza basıldıysa artık geri dönüşü yok!".

Açtığınız reklam kampanyalarının learning curve'lerinden tutun, monetization tarafındaki zamanla standartlaşacak Ecpm datalarınıza kadar her şey kullandığınız platformların algoritmalarına bağlı operasyonlar ve bu algoritmaların tek bir ortak yanı var, iyi perform eden ödüllendir, kötü perform edenin görünürlüğünü azalt. Bu nedenle o yola bir kez çıktığınız an mekanizmanın tüm parçaları takır takır işlemek zorunda ve aksayan modülleriniz yol üstünde ya size büyük zararlar verecek ya da bir noktadan sonra sizi durmak zorunda bırakacak. Eğer inatlaşıp yol üstünde toplarız birşeyleri kafasında giderseniz de bir bakmışsınız o zar zor topladığınız yatırımlar, yıllarca kendi operasyonunuzu götürme hayaliyle kurduğunuz ekipler, birikimler erimiş gitmiş. Acı ama gerçek ne yazık ki bu şekilde.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ UZMAN GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



TÜRKER KARAHAN
UDO GAMES CEO
KURUCU

Tarih Tekerrürden İbaredir

Hem 2024'e hem de geleceğe bakarken sektör paydaşlarının hep dile getirdiği ama doğrudan yayılamayan bazı çıktılar var:

- 2019/2020'de başlayan ve hızlıca bir "gold rush"a dönüşen Hyper-Casual furysı, birçok yatırımı ve sektör dışından insanı sektöre çekti. Ancak buradaki büyük motivasyonun(kısa sürede büyük paralar kazanmak) çıktıya dönüşmediği ve sektöre büyük zararlar verdiği de göz ardı edilemez bir gerçek.

- Mobildeki bu hızlı büyüme sırasında plansız kurulan şirketlerde çalışan birçok yetenekli kişi, kötü deneyimler sonucu sektörden soğuyarak ya başka sektörlerle yöneldi ya da farklı alanlara kaydı.

- Mobildeki hızlı büyüme döneminde aceleyle kurulan firmalarda yer alan, hayalleri bu sektörde kariyer yapmak olan insanlar, yaşadıkları kötü deneyimler nedeniyle sektörden uzaklaştılar veya farklı alanlara yöneldiler.

- Yıllar süren emeklerin ardından yanlış stratejiler nedeniyle darboğaza giren birçok stüdyo, sonunda kapanmak zorunda kaldı veya bu kapanın içinden çıkamayıp sürekli yeni çıkış stratejileri aramaya başladı. Umarım 2025'te PC odağıyla benzer bir süreç yaşamayız ve başarıların yanında göz ardı ettiğimiz başarısızlıkları konuşmak zorunda kalmayız.

2013'ten beri sektörün bir parçası olmaya çalışan ve deneyimlerini açıkça paylaşan biri olarak, hem mobil hem de PC tarafında bilgi paylaşımına ve iş birliklerine açıldık. TaleWorlds ortaklığı sayesinde PC alanındaki gücümüzü ve Udo olarak yıllardır odaklandığımız mobil alanındaki tecrübelerimizi her türlü ortaklığa açıldık.



OYUN MEDYASI NELER SÖYLÜYOR?



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



KIVANÇ YURDAĞUL
5MID
ŞEF EDITÖRÜ



2024 yılı, 5mid ailesi olarak hem bir dönüm noktası hem de bir kutlama yılı oldu. 10. yılımızı geride bıraktık. Espor dünyasının nabzını tutmaya devam ederken, aynı zamanda içerik yelpazemizi genişleterek yepyeni bir döneme adım attık.

Web sitemiz ve sosyal medya hesaplarımız aracılığıyla, yıl boyunca espor etkinliklerindeki en güncel gelişmeleri ve sektördeki önemli detayları siz değerli okuyucularımıza ulaştırdık. Tarafsız bir habercilik anlayışıyla, “görülmeveni gören, yazılmayanı yazan” bir yaklaşımı benimsedik. Bu yıl sosyal medyada daha aktif bir şekilde yer alarak, esporla birlikte popüler kültür, teknoloji ve trend haberlerle de sizlere ulaşmayı hedefledik.

Yıl boyunca düzenlediğimiz “Ayın Esporcusu” yarışmaları ile binlerce okuyucumuzun katılımıyla her ayın en iyi oyuncu ve takımlarını belirledik.

2024 yılı ayrıca bizim için önemli yeniliklere sahne oldu. Sadece espor odaklı içeriklerden anime, yapay zeka ve blockchain gibi güncel ve geleceği şekillendiren konuları da içerik portföyümüze dahil ettik. 10. yılımızda artık sadece bir espor platformu değil, aynı zamanda trendleri ve yenilikleri takip eden geniş kapsamlı bir medya platformu haline geldik.

10 yıllık bu serüvende bizimle olan tüm okuyucularımıza, takipçilerimize ve destekçilerimize sonsuz teşekkür ederiz. Daha nice yıllar boyunca, en güncel ve ilgi çekici içeriklerimizle sizlerle olmaya devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



**ORÇUN KAMİL
KABADAYI**
A'DAN Z'YE ESPOR
MARKA KURUCUSU



"Türkiye'nin Dijital Nesil Atılımı ile Teknolojik Dönüşüm: Genç Yeteneklerle Açılan Küresel Kapılar" !

2024'e damga vuran başlıklar olan espor, yapay zeka (AI) ve blockchain gibi yenilikçi teknolojilerin entegrasyonu, sektörde devrim niteliğinde değişimlere yol açıyor.

Oyun sektörü sadece bir eğlence sektörü olmaktan çıkarak, yenilikçi teknolojilerin denendiği bir laboratuvar niteliği taşıyor. Bunun ötesinde, oyun ve espor sektörü, Z kuşağı ile iletişim kurmak isteyen markalar için vazgeçilmez bir kanal haline geldi. Ayrıca, esporun genç nesiller üzerindeki olumlu etkisi ve kariyer fırsatları da giderek artıyor.

Genç nesillerin espor aracılığıyla kazandığı özgüven ve kariyer fırsatları, hem yerel hem de uluslararası düzeyde bir başarı hikayesi yaratıyor.

Vizyon 2030 gibi projelerle Suudi Arabistan, dijital dünyaya yaptığı yatırımlarla dikkat çekerken, devasa 3D mimari tasarım alanları, espor turizmi global ölçekte oyunseverleri bir araya getirerek sektörün kültürel ve ekonomik boyutunu güçlendiriyor.

AdanZyeEspor.com ve Espor Akademisi.com ile sektöre katkı sağlamaktan büyük mutluluk duyuyoruz.

Bu dinamizmin içerisinde yer almak ve sektöre katkı sağlamak, benim için büyük bir onur ve güncel bir motivasyon kaynağı.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



EREN EROĞLU
ATARİTA & PİONİ MEDIA
GENEL MÜDÜR

2024 yılı, ülkemizin oyun medyasına olan ilginin aşamalar doğrultusunda artış gösterdiğini gördüğümüz bir yıl oldu. Türkiye’de oldukça nitelikli video oyunu gazetecileri olduğunu düşünecek olursak oyun sektörümüzün bu kolunun tam potansiyeline ulaşması ve ülkeyi uluslararası alanda temsil eden mecraların artış göstermesi büyük fayda sağlayacaktır.

Türk oyun medyası, zorlu şartlar sebebiyle zaman zaman duraklama dönemlerine ve hatta küçülmeye gitse de bu alandaki istikrarı takdire şayandır. Bu noktada biz 2024 yılını, bir geçiş yılı olarak görüyoruz ve artış gösterdiğini düşündüğümüz bu ilginin ilerleyen yıllarda bu alanda yapılacak atılımlar ile birlikte tavan noktasına ulaşacağını ve ülkemizin oyun medyasının çok daha güçlü bir konumda yer alacağını düşünüyoruz.

Bahsi geçen bu yükseliş; sadece oyun severler için değil, ortak yapılan çalışmalar aracılığıyla sektör profesyonelleri için de daha kapsamlı içeriklerin sunulmasına zemin sağlayacaktır.



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



EMRE OZAN ŞİRİN
BAŞLATTUŞU
GENEL YAYIN
YÖNETMENİ

Başlat Tuşu ekibi olarak basında yer aldığımız 10 yıllık süre zarfında sitemizde analiz, rehber ve inceleme ağırlıklı çalışmalara yer verdik. Küresel pazarda sürekli yükselişte olan oyun sektörü ülkemizin geleceği için büyük bir potansiyel taşımakta. Bu açıdan oldukça önem verdiğimiz yerli oyun projelerine de gerek geliştiricileri ile yaptığımız röportajlar, gerekse yayımladığımız tanıtım ve incelemeler ile destek olmaya özen gösterdik.

Sektörde bulunduğumuz süreç içindeki gözlemlerimize dayanarak oyun geliştiricilerinin yazılım ve tasarım açısından beceri ve deneyimlerinin geçtiğimiz yıllar içinde giderek artması, sosyal medya ve basın kanalıyla projelerini daha geniş kitlelere ulaştırabilmeleri ile önümüzdeki yıllarda küresel rekabette daha büyük bir etkiye sahip olacaklarını öngörmekteyiz.

Oyun sektöründeki gelişimin tasarım, yazılım, seslendirme, animasyon, reklam ve pazarlama gibi diğer iş kolları için de yeni kapılar aralayacağını, çoğu Avrupa ülkesine kıyasla genç nüfusu yüksek olan ülkemizde istihdamı artıracak, beyin göçünün öne geçilmesini sağlayacak büyük bir unsur olduğunu benimsemenin öneminin 2025'te daha çok kavranacağını umuyor ve sektördeki gelişmeleri yakından takip etmeye devam etmek için çalışmalarımızı sürdürüyoruz.



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



ABDULLAH KESKİN
BPT OYUN X VGNW
KURUCU

2024, oyun sektörü için büyük değişimlerin yaşandığı bir yıl oldu. Yapay zeka teknolojiler; başta içerik üretimi ve donanım geliştirmeleri olmak üzere sektörün her alanına etki etti. Özellikle de yeni nesil ekran kartlarındaki performans artışı bunun bariz bir göstergesi.

Bu yılın en çok öne çıkan şirketlerinden biri ise Valve oldu. Gerek henüz duyurusu bile yapılmayan Deadlock oyunu gerekse de Half-Life evrenine dair söylentiler ve gelişmeler oyuncuları epey heyecanlandırdı. Öte yandan GTA 6'nın ne zaman ve hangi fiyattan çıkış yapacağı oyun sektörünün genelinde büyük bir merak ve belirsizlik oluşturdu. GTA 6'nın ertelenmemesi halinde 2025, oyun dünyası için tarihi bir yıl olabilir.



BPT Oyun olarak 2024 yılında 300 bin takipçiye ulaştık. Bunun yanı sıra yeni projemiz 'Indie Oyun' ile de bağımsız oyun geliştiricilerine medya anlamında destek sunmaya hazırlanıyoruz. Ayrıca VGNW projemizi hayata geçirerek global çapta içerik üretimine başlayacak, oyuncuların favori platformu haline geleceğiz. 2025 yılı oyun sektörü için gerçekten hareketli bir yıl olacak.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



MUSA SAĞLAM
ESPOR GAZETESİ
FOUNDER / CEO

8'inci yılımıza girdiğimiz espor haberciliğinde, özellikle Counter-Strike alanında büyük başarılar yakaladığımız ve milyonlara ulaşan manşetlerimizle duygusal anlamda zirveyi gördüğümüz bir yılı geride bıraktık. Espor sektörü her geçen yıl büyürken, 2024'te muhabirlerin, takımların, oyuncuların, sponsorların ve taraftarların desteğiyle bu yükselişin ivmelendiğini söylemek mümkün.

Globalde yaygın olan ancak ülkemizde sayısı sınırlı kalan freelance muhabirler de 2024 itibarıyla ciddi bir artış gösterdi. Özellikle X platformu üzerinden espor haberleriyle kendilerini duyuran genç muhabirler, sektöre yeni bir heyecan kattı. Takımlarımızın gurur verici başarıları da bizlere en iddialı manşetleri atma fırsatı sundu.

2023 yılında daha çok düz bir habercilik anlayışı hâkimken, 2024'te video editler ve memelerle sporun eğlenceyle buluştuğu, dinamik ve trendleri yakalayan bir içerik anlayışı benimsendi. 2025'in neler getireceği bilinmez ancak espor ve haberciliğin umut verici bir ivme yakaladığını söylemek yanlış olmaz.

Yeni yılda, başarılı takımların ve muhabirlerin rekabetiyle dolu, heyecan verici bir espor macerası diliyorum!



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



İLKER KARAŞ
ESPORTS360MAG
KURUCU ORTAK &
MARKA İLETİŞİM
MÜDÜRÜ

eSports360

2024 yılı heyecanlarla dolu telaşlı bir yıl oldu. Pandemi etkisinden iyice uzaklaştığımız, oyun sektörü olarak yeni hedeflerin ve irili ufaklı başarıların ortaya çıktığı bir yıldır. Beklentilerden uzak bir şekilde, gerçekçi adımlarla ortaya çıkmasını istediğimiz fikirleri toprağa ektiğimiz bir zamandı diyebiliriz. 2025 yılında da bunun karşılığını alacağımız bir yöne döneceğiz. Oyun geliştirenler, espor aktiviteleri, içerik üreticileri ve sektörün diğer katmanları ile birlikte yeni teknolojilerle daha fazla iç içe olacağız. Özellikle yapay zeka ile entegre olan projeleri en sık göreceğiz. Sonuçta espor dediğimiz şov dünyasının merkezine oynayan kategori de veri biliminin en çok ilgilendiği tarzda bir konseptte sahip. Espor, en iyi oynayanın değil en iyi oynamak için analiz yapanların daima başarılı bir kazanma eğrisi oluşturduğu bir oyun anlayışıdır.

Bütün bu gerçeklerden kaçmadan eSports360 olarak AI konseptini gelecek dönemde çalışmalarımıza dahil edeceğiz. Bunun ilk adımını donanım kıyaslama ve medya platformu olarak 2024 yılında yayına aldığımız Gamer Benchmark'ta atmıştık. Projenin ilerleyen aşamalarında belirlediğimiz kriterlere göre oyuncuların ve teknoloji meraklılarının aradıkları ürünlere dair daha odaklı çıktılar alabileceği bir platform oluşturmak için yola koyulduk.

2025 bizim için daha farklı mizaçlarda yeni projeler ürettiğimiz, daha geniş alana hareket ettiğimiz bir yıl olacak. Siz bu satırları okurken KICK ve KRAFTON ile birlikte düzenlediğimiz, 1 milyon TL ödül havuzuna sahip Brawl Kickoff gerçekleşmiş olacak. Jahrein ve wtcN'ı iki takım olarak merkeze alan ve 10000DAYS, Burhi, ÇağlarArts, Cavs, CombatRY, Killayda, Mithrain, Naru, PurpleBixi, Sinco, Swaggybark, Yasirabi'den oluşan yayıncı kadrosu ile doludizgin bir aksiyonu izleyicilerle buluşturacağız. 2025 yılında bu ve benzeri konsept işlerimizi bol bol görebileceksiniz.

2025 yılı, eski anlayışlardan kurtulup yenilerine hızla adapte olduğumuz bir yıl olsun!

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



**HASAN EGE
KARIKSIZ**
FLANK ESPORTS BAŞ
EDİTÖRÜ

FLANK

Oyun sektöründe 2024 yılı, 2023'e göre yaraların sarıldığı, yeniden güçlü bir ivmenin başlangıç sinyallerinin verildiği bir yıl oldu. Esporda da hem yazılım sektöründe hem de oyun sektöründe yaşanan gelişmelerin birebir olmasa da yansımalarına tanıklık ettik.

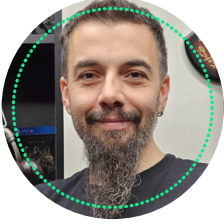
Finansal daralmaların yaşandığı, sponsorların çekildiği 'espor kışından' global ölçekte sektördeki tüm paydaşların, eskiye nazaran daha iyi planlama yapabildiği, belli bir seviyede ekonomik güvence ön görebildiği bir noktaya ilerliyoruz. Arap yarımadasından hem takım hem de organizasyon anlamında yapılan yatırımlar, henüz büyük isimleri geride bırakmasalar da sektöre heyecan katan Deadlock ve SUPERVIVE gibi yeni espor oyunlarının açıklanması ve SUPERCELL gibi oyun sektörünün sağlam taşlarının yüzünü espora çevirmesi bu durumun en büyük etkenleri.

Türkiye'de henüz bir espor oyunu girişimi olmasa da hem indie hem de bütçeli stüdyolar yoluyla oyun sektörünün yükselişi ve CS. League of Legends, VALORANT, PUBG Mobile gibi önde gelen oyunlarda Türk oyuncuların gittikçe daha çok öne çıkmasının denk gelmesi tesadüf değil. Oyunu ve oyunculuğu bu kadar seven bir ülkenin doğru planlamayla giriş yapan tüm firmaları mutlu edeceğini net şekilde görebiliyoruz.

2025 yılında esporda büyük firmaların MENA içerisindeki coğrafi konumuyla da öne çıkan ülkemize ilgisinin artacağını, daha çok etkinlik gerçekleşeceğini ve bunların da dolaylı yoldan oyun sektörüne de katkı sağlayacağını tahmin edebiliriz. Oyun sektörü hem yapımcılık, hem oyunculuk, hem de içerik üreticiliği anlamında Türkiye'de sağlıklı bir konuma oturuyor demek yanlış olmayacaktır.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



KAYRA KERİ KÜPÇÜ
FRPNET
GENEL YAYIN
YÖNETMENİ / KURUCU



FRPNET

2024 yılı, oyun sektöründe birçok açıdan dikkat çekici bir yıl oldu. Özellikle yapay zekanın giderek artan etkisi, hem Türkiye’de hem de global ölçekte oyun üretim süreçlerini ve tartışmalarını şekillendirdi. Görsel, içeriksel ve fikirsel anlamda yapay zekanın sunduğu yenilikler, oyun endüstrisinde sıklıkla ele alınır hale geldi. Yapay zekanın tasarım süreçlerini hızlandırması, daha dinamik oyun deneyimleri yaratması ve geliştirme süreçlerini optimize etmesi, sektör için büyük fırsatlar barındırıyor. Görülen o ki, bu trend 2025 ve sonrasında da etkisini artırarak devam edecek.

Pandemi Sonrası Dönem: Mobilden Konsola Geçiş Trendi

Pandemi dönemi, Türkiye’de mobil oyun üretimini bir patlama noktasına taşıdı. Ancak 2024’e geldiğimizde, post-pandemi etkileriyle mobil oyun pazarının ciddi anlamda doygunluk noktasına ulaştığını gördük. Bu durum, Türkiye’deki birçok stüdyonun rotasını PC ve konsol oyunlarına çevirmesine neden oldu. Daha büyük bütçeli ve derinlemesine tasarlanmış oyunların üretimine odaklanan bu stüdyolar, global pazarda da başarı elde etmeye başladı. Örneğin, 2024’te yayınlanan Supermarket Simulator ve Liar’s Bar, Türkiye’nin oyun endüstrisindeki yükselen potansiyelini gösteren projeler oldu. Bu eğilimin 2025 yılında daha da güçleneceğini ve Türk oyunlarının dünya çapında daha fazla görünürlük kazanacağını öngörüyoruz.

İşten Çıkarmalar ve Bağımsız Stüdyoların Yükselişi

2023’ün sonunda başlayan ve 2024 boyunca devam eden işten çıkarmalar, oyun dünyasında büyük bir dönüşüme yol açtı. Global ekonomik zorlukların etkisiyle birçok büyük stüdyo personel azaltma yoluna giderken işten çıkarılan deneyimli geliştiriciler bir araya gelerek yeni stüdyolar kurdular. Bu süreç, küçük ve bağımsız stüdyoların yükselişi için bir katalizör görevi gördü.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



KAYRA KERİ KÜPÇÜ
FRPNET
GENEL YAYIN
YÖNETMENİ / KURUCU



FRPNET

Son yıllarda bağımsız stüdyoların oyun dünyasında sergilediği yaratıcı ve yenilikçi işler, endüstrinin gidişatını değiştirdi. 2024'te ortaya çıkan bu yeni bağımsız stüdyoların ve deneyimli ekiplerin, önümüzdeki yıllarda oyun dünyasında daha etkili roller üstleneceği açık.

2025 ve Ötesi: Ekonomik Toparlanma ve Yeni Fırsatlar

Global ekonomik koşulların yavaş yavaş iyileşeceği bir dönemin başlangıcı olarak görülen 2025, oyun sektöründe de yeni fırsatların doğacağı bir yıl olacak. Resesyonların sona ermesi ve yatırımların yeniden artmasıyla sektörün büyüme ivmesi hızlanacak. Özellikle PC oyunları, her geçen yıl güçlenmeye devam ediyor. 2024 yılında Steam üzerinde yaklaşık 19.000 yeni oyun yayınlanırken, bu sayının 2025'te daha da artacağı öngörülmüyor. Bununla birlikte, yeni teknolojilerin de etkisiyle oyun deneyimlerinin çok daha ileri seviyelere taşınacağını söylemek mümkün.

Oyun sektörünün, teknolojik gelişmelerle birlikte sürekli büyüyen bir alan olması, yatırımcıları da bu alana yönlendirecek. Türkiye özelinde bakıldığında ise, hem büyük hem de küçük ölçekli stüdyoların global pazarda daha fazla söz sahibi olacağı bir dönemin bizi beklediğini söylemek yanlış olmaz.

2024 yılı, oyun sektörü için bir dönüşüm ve hazırlık yılı olarak geçmiş gibi görünüyor. Yapay zekanın yükselişi, pandemiden sonra değişen üretim dinamikleri ve bağımsız geliştiricilerin yükselişi gibi faktörler, sektörü derinden etkiledi. 2025 ve sonrasında ise daha güçlü bir global entegrasyon, daha fazla Türk yapımı oyun ve teknolojinin sınırlarını zorlayan projelerle dolu bir dönem bizi bekliyor. Bu büyüme sürecinde Türkiye'nin oyun endüstrisindeki potansiyelini daha fazla göstermesi, hepimiz için umut verici.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



İLKAY KAYA
GAMERPAPERS
PARTNER

2024 yılı, oyun sektöründe büyük dönüşümlerin yaşandığı bir yıl oldu. Gamer Papers'ın yaratıcı ekibinin bir parçası olarak, bu sektördeki gelişmeleri yakından takip ediyor ve geleceğe yön veren trendleri önceden fark etmeyi amaçlıyorum. Yapay zekâ ve bulut teknolojilerinin oyun deneyimlerini çeşitlendirdiğine ve geliştiricilere yeni olanaklar sunduğuna tanık oluyoruz.

Gamer Papers olarak misyonumuz, oyun içi reklamcılık, e-spor organizasyonları ve oyun sektöründeki büyümeyi stratejik olarak değerlendiren bir platform sunmaktır. Oyunculara ve markalara sektörün dinamiklerini çözümlenmelerine ön ayak olmanın yanı sıra, teknolojik gelişmeleri ve yenilikleri fiziksel ve dijital medya perspektifinden aktarmaya odaklanmaktayız.

2025 ve ötesine baktığımızda, sanal ve arttırılmış gerçeklik teknolojileriyle beraber yapay zekanın gelişiminin de etkisiyle, oyuncuların sadece tüketici olmadığı, aynı zamanda üreten, oluşturan ve ilham veren rollerini de üstlendiği bir dönem başlatacağını düşünüyorum. Gamer Papers olarak vizyonumuz, bu evrimin bir parçası olup dönüşüme katılmak isteyenlere yol göstermektir.



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



REŞAT DİKER
GAMİZM
KURUCUSU



2024 Türkiye Oyun Sektörü: Potansiyel ve Zorluklar

2024 yılı, Türkiye oyun sektörü için hem fırsatlar hem de zorluklarla geçti. Yerel oyun stüdyoları, sınırlı kaynaklarla uluslararası pazarda daha fazla görünürlük elde etme çabalarını sürdürürken, sektör genelinde altyapı ve finansman eksiklikleri dikkat çekmeye devam etti.

Küresel oyun trendleri, Türkiye'deki geliştiriciler için yeni fırsatlar sunarken, yapay zeka ve artırılmış gerçeklik gibi teknolojilere erişimde yaşanan maliyet zorlukları, yenilikçi projelerin önündeki engellerden biri oldu. Ancak, özellikle mobil oyunlar ve bağımsız projelerde gösterilen bireysel başarılar, sektördeki yaratıcılığın altını çizdi.

Eğitim kurumlarında oyun geliştirme programlarının sınırlı sayıda olması ve sektörle uyumlu iş gücü açığı, sürdürülebilir büyümenin önündeki bir diğer engel olarak öne çıktı. Yine de, oyun sektörüne yönelik devlet teşviklerinin artırılacağı ve uluslararası iş birliklerinin genişleyebileceği bir geleceğin sinyalleri alındı.

2024 yılı, Türkiye oyun sektörünün potansiyelini ortaya koyarken, gelişim için yapılması gerekenlerin de altını çizen bir yıl oldu.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



ERSİN KILIÇ
IGN TÜRKİYE
KIDEMLİ EDITÖR

2024 yılı oyun sektörü için global ve ülkemiz tarafında kritik bir yıl oldu. Bulut oyun servislerinin daha ulaşılabilir olması ve bağımsız yapımcıların yapay zekâ entegrasyonu tarafındaki kullanımı sektörün geleceği konusunda önemli ipuçları veriyor. Oyun konsollarında ise PS5 Pro'nun rüştünü ispat etmesi gerekiyor ama tüm gözler, yeni nesil taşınabilir konsol Switch 2 üzerinde.

2024'te AAA oyunlar kadar bağımsız yapımlar da dikkat çekti; Oyuncular özgün hikâyeler, farklı oynanış dinamikleri ve sanatsal deneyimlere yöneliyor. Bu da ülkemiz gibi bağımsız oyunların çok daha ön planda olduğu pazarlar için önemli bir kapıyı aralıyor. Nitekim 2024 yılında Türkiye'deki stüdyoların çok daha fazla yapımla, çok daha yaratıcı bir süreç geçirdiğini gördük. İlk defa bir Türk oyununun Steam Ödüllerinde yer alması da birçok yerli stüdyoyu daha fazla cesaretlendirecektir.

Önümüzdeki yıllarda sektörün daha fazla sosyal etkileşim odaklı, platformlar arası erişim sunan dünyalar sunması ve büyük şirketlerin oyunlarının daha fazla platformda boy göstermesi bekleniyor. Oyun sektörü şüphesiz, interaktif eğlencenin sınırlarını genişletmeye devam edecek.



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



HASAN YAŞAR

IMZA.COM

SEO AGENCY- YÖNETİCİ
ORTAK



2024, oyun sektöründe bağımsız yapımların yükselişini hızlandıran bir yıl oldu. Yapay zeka destekli yazılım geliştirme araçları sayesinde, küçük ekiplerin bile yüksek kaliteli oyunlar üretmesi mümkün hale geldi. Bu teknolojiler, oyun geliştirme süreçlerini hem hızlandırıyor hem de maliyetleri düşürüyor, bu da bağımsız geliştiricilere büyük bir avantaj sağlıyor.

Bulut oyun hizmetlerinin ve çapraz platform desteğinin yaygınlaşması, indie oyunların daha geniş kitlelere ulaşmasını kolaylaştırıyor. Ayrıca, mobil oyun pazarındaki büyüme, bağımsız yapımlar için yeni fırsatlar sunuyor.

Yapay zekanın gelişmeye devam etmesiyle birlikte, indie oyunların hem çeşitlilik, hem de kalite açısından sektörde daha büyük bir yer edineceğine inanıyorum. Bu dinamğin, oyunculara daha özgün ve yaratıcı deneyimler sunarak sektörü şekillendirmeye devam edeceğini düşünüyorum.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



MURATCAN ÖS
MISTERNOOB
GENEL YAYIN
YÖNETMENİ

2024 yılı, şahsi kanaatimle Türk oyun sektörü için bir zıplama tahtası haline gelmiştir. Global anlamda artık kendi ülkemizden çıkan yapımların adını daha sık duyuyor, farklı mecralarda boy göstermelerini görüyoruz. Öyle ki yerli/yabancı PR ajansları, Türk oyunlarını daha bir takip eder oldu. Bu durum bizim için mutluluk verici bir olay. Elbette günümüz koşullarında ayakları yere sağlam basar şekilde devler arenasına çıkmak istesek de bunun bir süreç içerisinde gerçekleşeceğini umuyorum.

Gözümüzü yurtdışına çevirdiğimizde ise bambaşka bir rüzgarla karşılaşıyoruz. Video oyun sektörü, öncelikle çok büyük bir buhran geçirdi ve geçirmeye de devam ediyor. İşten çıkarmaların oldukça yaygınlaştığı bu yılda yayıncılar risk almak yerine daha güven duydukları IP'lerine yönelmeyi tercih ediyor.

MisterNOOB olarak bu çalkantılı yılda çalışkan ve azimli kadromuzla Türk oyun basını olarak görevimizi yapmaya devam ettik. Birçok yayıncı ve PR ajansı ile iletişim kurduk. Kendimizi global basına tanıtmaya çalıştık. İlk kez katıldığımız Gamescom ise edindirdiği deneyimlerle 2024'e harika bir nokta koydu diyebilirim.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



BATUHAN AVUCAN
MOBIDICTUM
KURUCU & CEO

Türk oyun stüdyoları, hyper-casual döneminden hybrid-casual ve PC oyunlarına geçiş yapmaya çalışıyor. Birçok stüdyo hâlâ bu geçişi tamamlama sürecinde; bazıları ise tüm ekibini işten çıkarıp bir sonraki fırsatı bekliyor. Başarılı bir mobil oyun yapmak artık hem güçlü bir oyun tasarımına hem de büyük bir pazarlama bütçesine ihtiyaç duyuyor. Sıfır faiz oranlarının olduğu dönem sona erdi ve kolay yatırımlar geçmişte kaldı. Deneyimli bir ekip ve sağlam bir finansman olmadan sıfırdan başlama şanssı oldukça düşük.

Bu arada, web oyunları ve Telegram oyunları gibi alternatif platformlar yükselişe geçiyor. PC oyunları birçok geliştiriciye daha ulaşılabilir görünebilir, ancak rekabet çok güçlü ve başarılı olmak için yine de etkili bir pazarlama kanalına ihtiyaç var. Veriler, 2025'in oyun sektörü için daha iyi fırsatlar sunacağını gösteriyor, ancak sektör dinamikleri kalıcı olarak değişti.

MOBIDICTUM

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



YAĞMUR SEVİNÇ
OYUN DİJİTAL
EDİTÖR

2024 yılı, Oyun Dijital ekibi olarak yerli geliştiricilere destek vermeyi öncelik haline getirdiğimiz ve bu misyonumuzu başarıyla sürdürdüğümüz bir yıldı. Bu doğrultuda ilerlerken amacımız Türk oyun geliştiricilerinin oyunlarını geniş kitlelere duyurabilecekleri bir platform sunmaktı. Nitekim bu yıl, platformumuzda yer verdiğimiz bir yerli yapımın Steam Ödülü kazanmasıyla gururlandık.

Bu başarının izole bir olay olmadığına ve Türkiye'nin oyun sektöründe önemli bir aktör olarak yükselişe geçtiğine inanıyoruz. 2025'te daha fazla yerli geliştiricinin PC platformuna odaklanacağını ve uluslararası başarılarla imza atacağını öngörüyoruz. Eminiz ki 2024 yılındaki başarılarımız, gelecekte daha büyük gururlar yaşayacağımızın habercisi.

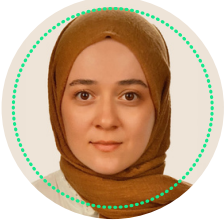
Ayrıca 2024 senesinde ekibimizi genişlettik ve oyun haberlerini okurlarımıza aktarmaya devam ettik. Senelerdir benimsediğimiz doğru ve şeffaf habercilik anlayışından ödün vermedik. Senenin başında belirlediğimiz hedeflerimize ulaşırken oyun medyasında kendimize has bir konumda olduğumuzu hissettik.

2025 yılında da daha güçlü, daha yenilikçi ve daha kaliteli adımlar atmaya kararlıyız. Doğru ve şeffaf habercilik anlayışımızı sürdürerek okurlarımıza keyifli ve bilgilendirici içerikler sunmaya devam edeceğiz.



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



NUR BETÜL AKTAŞ
OYUN GÜNLÜĞÜ
KURUCU ORTAK

Türk oyun sektörü 2024 sonunda 2 milyar dolara yaklaşan büyüklüğüyle dikkat çeken bir noktaya geldi. Öyle ki Türkiye, 740 aktif oyun stüdyosu ile İngiltere'nin ardından Avrupa'nın en çok yeni oyun stüdyosu kurulan ikinci ülkesi oldu. Bu dinamik büyüme, sektörümüzün geleceği adına umut verici bir tablo ortaya koyuyor. Mobil oyunlardaki başarı PC'de de her geçen gün kendini göstermeye başladı.

Türkiye'nin dijital oyun haber sitesi Oyun Günlüğü olarak büyük bir atılım içindeyiz. Alt yapı çalışmalarımıza hız verdiğimiz 2024 son döneminde hem web sitemiz hem de dijital dergimizle sektörün nabzını tutuyoruz.

Oyun Günlüğü olarak Türk oyun sektörünün gelişimine katkı sunmaya ve sevinçlerine ortak olmaya devam edeceğiz.

**OYUN
GÜNLÜĞÜ**

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



TANER AYDOS
PC HOCASI TV
GENEL YAYIN
YÖNETMENİ



Türkiye'de son iki yıl içerisinde hızlı bir ivme ile yükselişe devam eden oyun sektörü, kesişim noktalarından birisi olan donanım sektörü ile alakalı hem iyi, hem de kötü gelişmelere sahne oldu.

Öncelikli olarak 2023 yılından 2024'e kadar Masaüstü PC satışlarında enflasyonik düzenlemelerden dolayı büyümenin olmadığını, sabit kaldığını görüyoruz. Özellikle mobil laptop tarafta %10'lara yakın küçülmelerin olduğunu söylemek mümkün. Bu durumu çalıştığımız çeşitli distribütörler ve firmalardan teyit ediyoruz.

Bu sabit kalma ve küçülmenin en büyük etmeninin taksit oranlarının düşürülmesi ve faiz oranlarının yüksek kalmasından kaynaklandığı konusunda pek çok sektör çalışanı hem fikir. Özellikle masaüstü bilgisayar almak istediğinizde geçtiğimiz yıllarda 12 taksite kadar vade farkı almadan ürün satışı yapılırken, şimdi vade farksız 3 taksit bile çok kısıtlı hale geldi. Dolaylı yoldan ülkemizde son kullanıcı da taksit ile alışveriş tercih ettiği için, burada önemli bir pay kaybedilmiş oldu.

Dolar kurundaki stabil ilerleyiş bu durumun biraz önünü açsa da, oyun fiyatlarındaki artışlar, taksit oranlarının azalması ve faizin yüksek kalması terazideki dengeyi bozdu. Özellikle Steam TL fiyatlandırmaları bıraktıktan sonra, işler ülkemizde oyun severler olarak hiç iyi gitmedi.

Elde edilen tüm bu rakamlar donanım tarafında %2 küçülmeye işaret ediyor. Yani dolaylı yoldan 2024 yılında ülkemizde pc satışları için tüketimin azaldığını söylemek doğru olacaktır.

Tahminler ise 2025 yılı içerisinde özellikle Ağustos - Eylül ayından sonra tekrar bir ivme kazanması yönünde. Şimdilik önümüzdeki 2 çeyrek için aynı şekilde durağan izlerin devam edeceğini söylemek mümkün görünüyor.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



TUNÇ AFŞAR
PLAYERBROS
KURUCU ORTAK



Türkiye, pandemi sonrası oyun ve espor sektörlerinde yakaladığı ivmeyi 2024 yılında da devam ettirdi. 2024'te ülkemizdeki oyun sektöründe Indie oyun stüdyoların ve bireysel geliştiricilerin yükselişine şahit olduk. Liar's Bar ve Supermarket Simulator gibi yapımlar, satış rakamları ile oyuncuların kalbini kazanan oyunların ne kadar hızlı yükselebileceğini bizlere gösterdi.

Playerbros ekibi olarak yakından takip ettiğimiz espor sektöründe ise Türkiye'den çıkan espor takımlarının Counter Strike 2'den VALORANT'a, Mobile Legends: Bang Bang'den PUBG Mobile'a pek çok şampiyonluk ve derecelere imza attığını gördük.

Elektronik spor sektöründe 2024 yılında ülkemizde dikkat çeken çıkışı iş birlikleri ve yerel liglerin yükselişi yaptı. Yerel liglerde yükselen rekabet ile League of Legends tarafında BBL Esports ile Dark Passage güçlerini birleştirirken, DenizBank İstanbul Wildcats, yayıncı Ahmet "Jahreim" Sonuç ve eski esporcu Anıl "HolyPhoenix" Işık'ın bir araya gelmesi ile Bushido Wildcats ortaya çıktı. VALORANT tarafında ise FUT Esports ile Fenerbahçe Esport, BBL Esports ile PCIFIC Esport ortaklık kurdu.

Yerel liglerde ise özellikle League of Legends Şampiyonluk Ligi'nde yönetim değişikliği ve yeni ekiplerin katılımı, izleyicilerin ilgisini yeniden bu alana yönlendirdi. 2025 yılında yerel liglerde rüzgar doğru yakalanırsa Türkiye espor dünyasında yeni bir dönemin kapısını açabilir. Daha yılın başında gördüğümüz rakamlar ve sponsorlar bunun habercisi. Yerel liglerin yükselişi ile yatırımcılara göz kırpan espor sektöründe, 2025'de Türk esporcuların kendini global arenada gösterme fırsatı da artacak.

Espor medyası tarafında ise geçtiğimiz yılın öngörülerini geçerliliğini koruyor. Özellikle sosyal medya odaklı haber/içerik formatlı yayınlar öne çıkarken, onları birbirlerinden kurumsallaşma ve istikrar ayıracak.

Playerbros ekibi olarak espor dünyasının nabzını 2025 yılında da tutmaya devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



**BERİL ÖZGE
DANACI KÜÇÜK**
SAVEBUTONU
CO-FOUNDER



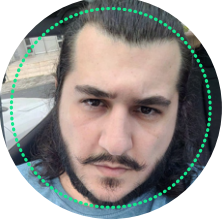
Oyun sektörümüz 2024'te de son yıllarda yakaladığı ivmeyi sürdürmeyi başardı. Üstelik bu kez birikimlerin üstüne katarak çok daha iddialı ve başarılı adımlar atıldığını da gördük. Mobil tarafındaki başarılar ve hızlı büyüme ile sektör dışından kişilerin dahi dikkatini çeken oyun sektörümüzde bu yıl konsol ve PC kanadında da ses getiren pek çok iddialı oyun gördük. Bağımsız geliştiricilerin karşımıza müthiş işlerle çıktıkları, yalnızca yerelde değil globalde de büyük ses getiren yerli oyunlar gördüğümüz 2024 gelecek için de kıymetli çıkarımlar yapmamızı sağlayan bir yıl oldu.

Oyun sektörümüzün çizdiği başarılı grafik, bağımsız geliştiricilerimizin yükselişi ve globalde de çok ses getiren gerek çıkmış, gerekse de yoldaki projeler bazı problemleri artık gerimizde bırakabildiğimizi gösterse de tüm haberler maalesef bu kadar iç açıcı değil. Ülkemizde de hem pek çok kullanıcısı, hem de içerik ve oyun üreticisi bulunan Roblox'un yasaklanması, oyuncuların ve pek çok oyun stüdyosunun birincil iletişim kaynaklarından Discord'a erişim engeli getirilmesi, ana akım medyada oyunlar hakkında çıkan ve en hafif tabiriyle pek çok yanlış bilgi içeren haberler gibi meseleler can sıkıcı olmasına karşın oyunlara ve bu sektöre olan ilgiyi hiç de azaltabilmiş değil.

Ancak enseyi karartmaya gerek de yok. Zira değişim ve yeniliğin önünde durmanın imkanı yok. Her yıl güçlenerek yoluna devam eden oyun sektörümüz önümüzdeki senelerde hepimizi gururlandıracak işler ortaya koymaya devam edecek. Bu bir temenni de değil, gerçek. Duyurulan ve yoldaki pek çok iddialı proje bunu şimdiden kanıtlar nitelikte. Savebutonu.com olarak yeni yılda da ülkemizin yetenekli geliştiricilerinin ellerinden çıkan oyunları görünür kılmak için desteğimizi sürdürmeye devam ederken takipçilerimizle globaldeki gelişmeleri de paylaşmaya devam edeceğiz.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



MERT CAN AKA
SHIFTDELETE.NET
YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Oyun sektörünün geleceği tartışmasız bir şekilde yapay zeka tarafından şekillendiriliyor. Gerçek zamanlı ışın izleme ve DLSS gibi teknolojiler sadece görsel bir şölen sunmuyor, aynı zamanda inanılmaz FPS artışları sağlayarak performans sınırlarını yeniden tanımlıyor. Bu teknolojilerin yaygınlaşmasıyla oyuncular daha akıcı ve gerçekçi deneyimlerin keyfini çıkaracak. Ancak asıl devrim oyun içi yapay zeka entegrasyonunda yaşanacak.

Prosedürel içerik üretimi sayesinde oyun dünyaları artık statik ve sınırlı olmayacak. Sonsuz olasılıklara sahip dinamik olarak gelişen ortamlar oyuncuları bekliyor. Daha da heyecan verici olanı ise oyuncuyla interaktif iletişime geçebilen, öğrenen ve evrimleşen yapay zeka karakterleri. Önceden belirlenmiş tekrarlayan diyalog ağaçları tarihe karışacak. Her etkileşim benzersiz olacak. Oyuncuların seçimleri ve davranışları karşlarındaki karakterlerin kişiliklerini ve hikayelerini etkileyecek. Bu da oyunlara tekrar oynanabilirlik ve derinlik katacak. Donanım üreticileri de bu dönüşümü destekleyecek güçlü AI işlemciler geliştirmek zorunda. Aksi takdirde bu heyecan verici geleceğin dışında kalacaklar.



**Shift
Delete.Net**

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



CANER BAYRAKTAR
TAMİNDİR & TURUNCU
LEVYE KURUCUSU

Tamindir.com ve TuruncuLevy.com olarak uzun yıllardır oyun sektörünün içindeyiz. Amacımız, oyun dünyasındaki en güncel ve doğru bilgileri kullanıcılarımıza sunmak. Bu doğrultuda sektördeki gelişmeleri yakından takip ediyor ve değişimleri anbean analiz ediyoruz. 2024, oyun dünyasında önemli dönüşümlerin yaşandığı bir yıl oldu. Sektörün hacmi büyürken, AR/VR teknolojileri Meta Quest 3 gibi cihazlarla daha geniş kitlelere ulaştı.

Meta'nın uygun fiyatlı VR gözlüğü, sanal gerçekliği erişilebilir hale getirerek pazarda yeni bir hareketlilik yarattı. Dijital oyunlar, 2024'te de sektörü domine etti. Yapay zeka (AI), oyun üretiminde ve NPC davranışlarının gelişiminde kritik bir rol oynadı. Özellikle generative AI, oyun içi öğelerin üretimini hızlandırarak yapım süreçlerini kökten değiştirdi.

Metaverse entegrasyonları, oyun dünyasında daha fazla yer buldu ve oyunculara eşsiz sanal deneyimler sundu. E-spor, 2024'te hem Türkiye'de hem dünyada büyümesini sürdürdü. Üniversiteler, e-spor alanına yönelik burslar ve programlarla sektörü desteklemeye devam etti. Ancak Discord'un Türkiye'de kapatılması, oyuncuların iletişim alışkanlıklarını ve topluluk dinamiklerini doğrudan etkiledi.

2024'ün öne çıkan oyunları arasında Black Myth: Wukong, Helldivers 2 ve S.T.A.L.K.E.R. 2 gibi yapımlar büyük ses getirdi. 2025'e bakacak olursak, Nvidia'nın mini PC teknolojisi, oyuncular için yeni deneyimler sunabilir. Konsol tarafında yeni lansmanlar ve satış performansındaki artış dikkat çekecek gibi görünüyor. AR, VR ve yapay zeka entegrasyonlarının daha da gelişmesiyle oyun kalitesinin ve oyuncu deneyimlerinin üst seviyeye ulaşması bekleniyor. Özellikle generative AI, GTA gibi büyük yapımlarda büyük değişimler yaratma potansiyeline sahip. 2025, oyun dünyasında teknoloji ve içerik açısından sınırların daha da zorlandığı bir yıl olacak gibi görünüyor. Biz de gelişmeleri yakından takip etmeye ve oyunculara en doğru bilgileri sunmaya devam edeceğiz.



TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



ASU BOZYAYLA
TECHNO STORY
FOUNDER



Türk oyun sektörü ve Türk oyunları, özellikle son yıllarda aldığı yatırımlar ve ülkemizdeki kuluçka merkezlerinin başarılı yönlendirmeleri sayesinde global çapta harika işler sunmaya başladı. Örneğin, RTX 5000 serisinin teknolojik başarısını test eden ve önümüzdeki yıllarda çıkması beklenen yerli yapım Black State ile Rogue-like ekonomisinde ülkemiz adına büyük ses getirmesi öngörülen Rogue Loops gibi üst düzey oyunlar geliştiriliyor.

Ayrıca, Hitman oyunlarını geliştiren IO Interactive gibi dünya çapında ses getirmiş büyük oyun stüdyolarının ülkemizde stüdyo açması, Türkiye'nin oyun geliştirme alanında merkez noktalardan biri haline gelebileceğinin en büyük göstergelerinden biridir. Ülkemizde gerçekleşen Gaming İstanbul, Indiaway ve benzeri etkinliklerde yerli ve bağımsız yapımların kendilerini gösterdiği bölümler, yazımın başında da belirttiğim gibi, son yıllarda ülkemizin oyun geliştirme standartlarında ne kadar ileriye gittiğini birinci elden görmemizi ve deneyimlememizi sağlıyor.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



**MELİH BAYRAM
DEBE**

TECHNOLOGIC
KURUCU & GENEL YAYIN
YÖNETMENİ

**Techno
Logic®**

2024 yılı, Türkiye oyun sektörünün gelişmesini sürdürdüğü bir yıl oldu. Oyun şirketlerinin aldıkları yeni yatırımlarla sektör adına umutları yeşerttiğini gördük. Oyun geliştirme stüdyoları ile e-spor takımlarının aldığı yatırımlar, sektörün büyümesi adına olumlu işaretler verdi.

Tüm bu yatırımlara ve oyun pazarındaki büyümeye rağmen, gidilecek daha çok yol var. Dileğim, Türkiye'nin global oyun pazarındaki payının daha da artması. Büyük e-spor organizasyonlarının destek bularak düzenlenmeye devam etmesi, sektördeki tüm paydaşların ivme kazanmasını sağlıyor.

Turnuvalar markaların sponsorluklarla yeni ürünlerini tanıtmak için önemli bir fırsat olarak gördüğü önemli organizasyonlar.

Bu süreçte yeni e-spor takımlarının kurulması, profesyonel olarak e-spora giren oyuncu sayısının artması ümit verici. Bu alanda ciddi kariyer fırsatları olduğu görülüyor.

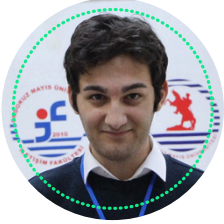
Yapay zekânın hızla hayatın merkezine girmeye başladığı bu dönemde, buna oyun sektörü de kayıtsız kalamazdı.

Oyun geliştirmede yapay zekânın getirdiği fırsatlardan yararlanıldığı, sanal gerçeklik gibi teknolojilerin oyunlara entegre edildiği, bunun da oyun deneyimini daha ileri taşıdığı görülüyor.

Umarım gelecek günler, oyun sektörünün daha büyük ivme kazandığını müjdelersin.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



TUNAHAN ŞAHİN
TECHOLAY
EDİTÖR

techolay

2024 yılında oyun dünyasında farklı anlayışları bir arada gördük. Öne çıkan konularda ise aslında bir zamanlar hepimizin keyifle oynadığı fakat dönemin teknik kısıtlamaları nedeniyle bugün pek de keyif vermeyen başyapıtların "yeniden yapım" olarak karşımıza çıkması söz konusu. Bu aslında yapımcılar için bir kolaya kaçış. Yeniden bir seri yaratmak, bu seriyi beklentilerin üstünde konumlamaya çalışmak büyük bir efor gerektiriyor. Haliyle eskimiş serileri canlandırmak hem risksiz hem de maddi açıdan mantıklı bir hâl alıyor. Bu yaklaşımın en iyi sonuçlarından (her ne kadar beklenmedik olsa da) Silent Hill 2 ise oldukça övgü toplayan bir yapım oldu. Öte yandan kült serilerden olan Metal Gear Solid'in yeniden yapımı Snake Eater Delta da 2024 yılında kendini gösteren fakat bu yıl içinde çıkış yapamayan bir oyun olarak aklımızda kaldı.

Bu yıla ödüller penceresinden göz atmamız gerekirse de yine şaşırdığımız bir yıl oldu: Astro Bot'u yılın oyunu olarak gördük. Böyle bir kategoride ilk defa böyle bir yapımın var olduğunu görmek yine bir tutkunun açığa çıkışıydı. 2024 yılını kapatıp önümüzdeki yılın oyun dünyasında ise özellikle Rockstar'ın GTA 6 ile eşsiz bir deneyim yaratmasını bekliyoruz. Mafia gibi yapımların devamını da görmemizi beklediğimiz bu sene, bizlere güzel yapımlar gösterecek bir sene olacak.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



BUĞRA NOYAN
TEKNODIOT
KURUCU

TEKNODIOT

2024 yılı itibarıyla Türkiye oyun sektörü, küresel ölçekteki hızlı gelişmelerle paralel olarak büyük bir dönüşüm sürecine girdi. Özellikle bağımsız oyun stüdyoları ile birlikte oyun çeşitliliği arttı. TeknoDiot olarak da 2024 yılında Türkiye’de faaliyet gösteren birçok farklı bağımsız oyun stüdyolarına medya desteğimizi sürdürdük. Türkiye, hem oyun geliştiriciliği hem de oyun oynama alışkanlıkları açısından önemli bir pazar haline gelmiş durumda. Özellikle mobil oyunların yaygınlaşmasıyla birlikte, Türkiye, dünyada en büyük mobil oyun pazarlarından birine sahip ülkeler arasında yer alıyor. 5G teknolojisinin devreye girmesiyle, mobil oyun deneyimi daha hızlı ve kesintisiz hale gelecek, bu da sektörde yeni fırsatlar yaratacaktır.

Teknoloji tarafındaki gelişmelerden biri de hiç şüphesiz taşınabilir el konsollarının piyasada fazla yer almasının ve oyuncuların taleplerinin bu yönde olmasının 2025 yılında devam edeceğini düşünüyorum. Bulut oyunlarının Türkiye’deki etkisi de giderek artıyor. Türk oyuncular, yüksek donanım maliyetlerinden kaçınarak bulut servisleriyle oyun oynama imkanı bulabiliyor. Bu durum, oyunlara erişimi daha geniş bir kitleye ulaştırıyor.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



EMRAH GÜNDÜZ
TURKMMO.COM
KURUCU



Türk oyun sektöründe 2023 yılında başlayan ve 2024 son çeyreğine kadar devam eden durgun dönemin, 2024 yılı son çeyreğiyle birlikte düzelmeye başladığını görüyoruz. Aynı zamanda mobil oyun geliştiren pek çok oyun stüdyosunun bir süredir Steam`de oyun yayınlamaya başlamasıyla birlikte Türk yapımı kaliteli PC oyunu sayısında da hızlı bir artış yaşanıyor. Mobilden, PC`ye bu geçişin 2025 yılında da devam edeceğini düşünüyorum.

Bununla birlikte hayatımıza her gün yenisi giren yapay zeka uygulamalarının ise oyunlar içerisinde de kullanımı aynı hızda artıyor. 2025 yılında bu sayının katlanarak artmaya devam etmesini bekliyorum.

Turkmmo.com olarak ise 2024 yılında ziyaretçi sayımızı katlayarak arttırmaya devam ettik. Bu süreçte 2009 yılından beri yaptığımız gibi, Türk bağımsız oyun geliştiricilere karşılıksız olarak desteklerimizi sağlamaya çalıştık, 2025 yılında da bu desteklerimizi sağlamaya devam edeceğiz. Forum.turkmmo.com olarak ise yaklaşık 2.4 milyon üyeye ulaştık ve yine ziyaretçi sayımızı arttırarak 2024 yılını kapattık. 2025 yılında ise hedefimiz yine istatistiksel olarak büyümek ve sektörün büyümesine katkı sağlamak. Çünkü biliyoruz ki bizim ve Türk oyun sektörünün büyümesi, bu sektörün paydaşlarının büyümesine bağlı.

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ MEDYA GÖRÜŞLERİ

TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ RAPORU 2024



MERT CAN ORHAN
UPCORN
KURUCU

Türkiye’de oyun sektörü, 2024 yılında da hem yerli hem de yabancı yatırımcıların gözdesi olmayı sürdürdü. Genç ve yaratıcı girişimcilerin geliştirdiği projeler, Türkiye’nin oyun alanında dünya çapında dikkat çeken bir ülke olmasını sağlıyor. Özellikle Ludus Ventures’ın Paxie Games ve Gleam Games gibi başarılı girişimlerden kazançlı çıkışlar yapması, bu sektördeki potansiyeli bir kez daha ortaya koydu.

Oyun sektörü, 2024’te yabancı yatırımcıların Türkiye’de en çok ilgi gösterdiği alanlardan biri oldu. Bu ilgi, Türkiye’deki oyun geliştiricilerinin yenilikçi fikirler üretmesi ve uluslararası pazarda ses getiren projelere imza atmasıyla doğrudan bağlantılı. Yatırımcılar, özellikle erken aşamada destekledikleri girişimlerin büyüme potansiyelini görererek sektöre olan güvenlerini artırıyor.

Gelecekte de bu başarının devam etmesi için oyun sektörünün yeni teknolojilere ayak uydurması gerekiyor. Yapay zeka, artırılmış gerçeklik ve blockchain gibi teknolojilerin daha çok kullanılması, Türk oyunlarının global pazarda rekabet gücünü artırabilir. Ayrıca, devlet destekleri ve sektör iş birlikleriyle oyun girişimcilerinin önünü açmak, Türkiye’nin dünya çapında oyun sektöründeki yerini daha da sağlamlaştıracaktır.





SPONSORLARIMIZ



Airbridge ile Oyun Pazarlamasında Seviye Atlayın

Daha iyi ölçümlemeye hazır mısın?
Daha akıllı ilişkilendirme. Daha net istatistikler.

Airbridge

Airbridge

Airbridge, dünya çapında yalnızca altı Mobil Ölçüm Ortağı (MMP) arasında yer alan ve tüm temel attribution özelliklerini tam şeffaflıkla, gizli maliyetler veya ek ücretli erişimler olmadan sunan tek platformdur.

Platform; kohort ve huni analizi, çapraz platform attribution, webden uygulamaya izleme, kesintisiz reklam kanalı entegrasyonu, ertelenmiş derin bağlantılar (deferred deep linking), kitle segmentasyonu, sahtekarlık tespiti (fraud detection) ve derinlemesine pazarlama içgörülerini gibi kapsamlı çözümler sunar. 200'den fazla metriğin yanı sıra, LTV tahmini, sınırsız ham veri aktarımı ve son derece detaylı analiz gibi ileri düzey araçlarla Airbridge, oyun stüdyolarının veriye dayalı kararları güvenle almasını sağlar.

Nexon, Webzen ve Gosu gibi küresel oyun devleri, üstün özellikleri, olağanüstü müşteri desteği, zahmetsiz geçiş süreci ve maliyet avantajı nedeniyle Airbridge'i diğer MMP'lere tercih etmektedir.



[Airbridge.io](https://airbridge.io)



[/Airbridge-hq](https://www.linkedin.com/company/airbridge-hq)



[/AirbridgeHQ](https://www.facebook.com/AirbridgeHQ)



[/AirbridgeHQ](https://twitter.com/AirbridgeHQ)

www.billonga.com

DİJİTAL DÜNYAYA AÇILAN KAPI





Billonga, 2018 yılından bu yana markaların dijital ürünlerini son kullanıcılarla buluşturan yenilikçi bir teknoloji şirkettir. Finansal teknolojilerdeki uzmanlığını, farklı sektörlere yönelik hizmetleriyle bir araya getirerek, markaların dijital ürünlerinin satışında güçlü bir konum elde etmelerine yardımcı olmaktadır.

Billonga ekosistemi; üyelik işlemleri, uygulama içi satın alma, promosyon kampanya tasarımları, stok takibi ve raporlama yazılımları gibi geniş bir hizmet yelpazesi sunmaktadır.

Aynı zamanda Billonga; iş ortaklarıyla birlikte, fiziksel ve çevrimiçi platformlarda dijital ürün ve hizmetlerin etkin satışını sağlayarak, markaların müşteri tabanını genişletmelerine katkıda bulunmaktadır. İleri düzeyde entegre edilebilir çözümleri sayesinde, birçok markaya dijital dönüşüm süreçlerinde güvenilir bir iş ortağı olarak hizmet vermektedir.

Billonga ekosisteminde, 30'dan fazla çevrimiçi ve çevrimdışı kanal entegrasyonu ile 60'tan fazla global ve yerel markanın dijital ürün satışları gerçekleştirilmektedir. Oyun sektöründe gerçekleştirdiği yatırımlarla oyun dünyasının vazgeçilmez partneri olan Billonga, her yıl gerçekleştirdiği büyüme ile Türkiye ve global pazardaki gücünü günden güne artırmaktadır.



Billonga.com



/Billonga



/Billongadijital



now.gg, Apple App Store ve Google Play'den sonra en büyük mobil oyun dağıtım platformudur. Oyun geliştiricileri için nowSDK ve nowUA olmak üzere iki ürünü bulunmaktadır.

Tek bir entegrasyonla nowSDK, BlueStacks Store aracılığıyla PC/Mac'e; now.gg Store veya geliştirici web sitesi aracılığıyla Cloud'a; Amazon Appstore, Samsung Galaxy Store ve Huawei App Gallery gibi 3. taraf mağazalara ve Line, Discord ve Telegram'a yeni distribütörlere oyun yayınlama imkanı sunar.

Oyuncular için now.gg, oyun içi öğeler için en iyi fırsatlar ve promosyonlarla, tercih ettikleri platformdaki en geniş oyun kataloğunda hızlı ve optimize edilmiş bir oyun deneyimi sunar.

now.gg, yakın zamanda 1,5 milyar ömür boyu indirmeyi aşan BlueStacks App Player ile mobil oyunlar için platformlar arası oyun oynamaya öncülük ediyor. now.gg cloud 2021'de piyasaya sürüldü.





Türkiye'nin fiber gücü Türk Telekom'un oyun ve oyuncuya özel markası
GAMEON ile

GÖSTER GÜCÜNÜ!



Türk Telekom'un teknoloji gücünün oyun ekosistemi ile bir araya getirdiği markası GAMEON, oyunculara yüksek hızlı, düşük pingli internet erişimi sağlarken oyuncular için benzersiz deneyimler hayata geçiriyor. Türk Telekom'un güçlü altyapısı ve dijital dönüşümdeki öncü rolü, GAMEON'un oyuncu dostu dünyası ile bir araya gelerek oyunculara benzersiz ve sayısız avantajlarla dolu bir dünya sunuyor.

GAMEON, oyunculara özel sunduğu yüksek hızlı fiber internet tekliflerinin yanı sıra; oyun iş birlikleri ve yeni içerikleriyle oyunculara özel kampanyalar hazırlıyor. GAMEON, müşterilerine Twitch'te sevdiği yayıncıya her ay ücretsiz abone olabilme imkanı sağlarken, PUBG: BATTLEGROUNDS'da oyun içi faydalar sunmaya ve oyuncuların oyun esnasındaki ihtiyaçlarını karşılayacakları marka iş birliği kampanyalarını lanse etmeye devam ediyor. GAMEON sosyal medya hesapları üzerinden oyunculara özel 7/24 internet desteği ile binlerce müşteriye anlık destek verirken, sadece oyunseverler için değil espor ekosistemi ve ekosistemin paydaşları için de çeşitli faydalar sağlıyor. 2024 yılında espor ekosisteminde birçok proje ve sponsorlukla yer alan GAMEON; Valorant Challengers TR: Birlik Ligi'nin yeniden iletişim sponsoru olurken altı ülkenin kıyasıya rekabet ettiği ve iki senedir üst üste ülkemizin şampiyon olduğu Spike Nations'ın da ana sponsoru oldu. Oyuncuların izlemenin yanı sıra oynamaktan da keyif aldığı Valorant'ta herkese açık düzenlenen GAMEON Valorant Turnuvası ile GAMEON, oyuncuların hünelerlerini gösterebileceği bir alan oluşturdu. Türkiye Futbol Federasyonu ile iş birliğine giderek eTürkiye Kupası'nın isim sponsoru olan GAMEON, 2024 yılında espor ekosisteminin en sevilen oyunlarına desteğini sürdürdü. GAMEON, oyunseverlerin ihtiyaçlarına ve isteklerine odaklanan, güçlü altyapısı ve özel avantajları ile oyun tutkusunu en üst düzeye çıkaran projelerini sürdürüyor.



Gameon.com.tr



/turktelekomgameon



/turktelekomgameon



Türkiye'nin dijital dönüşümünün lideri Türk Telekom, teknoloji alanındaki bilgi birikimini Ar-Ge çalışmaları, girişimlere sağlanan destekler, dijitalleşme ve daha birçok teknoloji odaklı geliştirmeye yöneltmektedir. Türk Telekom çok yönlü yatırımları ile toplam 53.2 milyon müşteriye* hizmet vermektedir. Türk Telekom farklı sektör ve alanlarda doğan istek ve ihtiyaçlara yönelik yeni çalışmalarına hız vermiş, gençleri odağına aldığı hizmetlerini derinleştirerek kullanıcılarının taleplerine uygun yeni çözümler üretmiştir. Türkiye'nin teknolojik gelişiminde öncü rol alan Türk Telekom, çok yönlülüğünü oyun sektöründeki ihtiyaçlara cevap verecek yeniliklerle sürdürmüş ve bu vizyon doğrultusunda 2022 yılında GAMEON markasını hayata geçirmiştir.

Türk Telekom'un teknoloji alanındaki tecrübesiyle oyuncuların internet ve oyun deneyimini güçlendiren, oyun ekosistemine daimi destek veren markası GAMEON, sektörün öncüsü olarak çalışmalarını sürdürmektedir. GAMEON, oyuncuların istek ve ihtiyaçları doğrultusunda oyun odaklı fiber hızlı internet kampanyaları, çeşitli markalardan indirimler, popüler oyunlardan faydalar, 7/24 internet destek hizmeti ve daha birçok fırsat sunmaktadır. Espor ekosistemine sağladığı desteği her geçen gün artıran GAMEON, kurulduğu günden bu yana farklı oyun türlerinde farklı kitlelere yönelik hem turnuvalar düzenlemekte hem de sponsorluklarla oyunseverler ile bir araya gelmektedir.

2024 yılındaki tüm pazarlama ve iletişim faaliyetlerinin yanı sıra popüler oyun firmaları ve sektörün dev markaları ile çeşitli iş birlikleri de yapan GAMEON, sektördeki güçlü konumunu daha da sağlamlaştırdı. GAMEON, yıl içerisinde gündeme gelen kampanyaları ve katıldığı etkinlikler ile adından sıkça söz ettirdi.

**Türk Telekom Grubu 2024 Üçüncü Çeyrek Finansal ve Operasyonel Sonuçları Raporu*



[Gameon.com.tr](https://gameon.com.tr)



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



[/turktelekomgameon](https://discord.com/invite/turktelekomgameon)

GRAY

**ÖDEME
ÇÖZÜMLERİYLE
GELECEĞE
YÖN VERİN**



GPay; kurulduğu 2015 yılından bu yana sağladığı dijital ödeme çözümleri ile sektördeki lider oyun ve oyun içi materyal satışı yapan web sitelerine güvenli ve kullanıcı dostu bir ödeme alternatifi sunan bir finansal teknoloji şirkettir. Dijital ürün ve hizmet satışlarında ödeme işlemlerinin bir ön ödemeli araç olan sanal cüzdan ile gerçekleştirilmesini sağlayan Gpay, güvenli ve hızlı hizmet anlayışıyla yaklaşık 20 milyon online oyuncuya ulaşarak, kaliteli servisi ile kullanıcıların takdirini kazanmıştır.

GPay, Türkiye ve yurtdışındaki 80'den fazla müşteriyle güçlü bir iş birliği ağına sahiptir. Aylık 190 milyon işlem hacmine ulaşan GPay, oyun ve oyun içi ekipman satışındaki ödemelerin sorunsuz ve güvenli bir şekilde ödeme yapılmak istenen firmaya aktarılması için altyapı yatırımlarına sürekli olarak yenisini eklemektedir ve bu nedenle oyun sektöründe en çok tercih edilen alternatif ödeme kanallarından biri olmuş durumdadır.

Güvenli, hızlı ve verimli ödeme çözümleriyle her geçen gün güçlenmeye devam eden GPay, yenilikçi altyapı yatırımları ve güvenilir iş ortaklığı ile dijital dönüşümün önem kazandığı günümüzde sektörün önde gelen şirketlerinden biri olarak çalışmalarını sürdürmektedir.



[Gpay.com.tr](https://www.gpay.com.tr)



**A NEW LEVEL
OF INFINITE POSSIBILITIES**



EXOBORNE





Oyuncular için: Kapsayıcılığı, bağlantıyı ve erişilebilirliği teşvik eden bir topluluk oluştururken, orijinal oyun deneyimleri yaratmak ve oyunculara her zaman ve her yerde oynayabilecekleri çok çeşitli seçenekler sunmak.

Sektör için: Geliştiricilere ve stüdyolara gerçek potansiyellerini ortaya çıkarmaları ve dünya çapındaki oyun kitlelerinin ilgisini çekmeleri için geniş bir hizmet ve kaynak yelpazesi sunmak.



Levelinfinite.com



/lvlinfinite



/LVLinfinite



/LevelInfinite



/lvlinfinite



KAFKA TOPU 2



Masomo, 2015 yılında kurulmuş ve Miniclip tarafından satın alınmış lider bir mobil oyun geliştirme şirkettir. Merkezi İzmir'de ve Londra'da da bir ofisi bulunan Masomo, özellikle spor türünde, eğlenceli ve yenilikçi çok oyunculu oyunlar geliştirmektedir. Yüksek kaliteli, rekabetçi ve eğlenceli oyun deneyimleri yaratma konusunda tanınan Masomo, dünya çapında milyonlarca oyuncuyu kendine çekmiştir. Şirketin amiral gemisi oyunları Kafa Topu 2 ve Basketball Arena, 200 milyondan fazla kez indirildi ve bu oyunlar, Masomo'nun oyuncuları bir araya getiren etkileyici spor oyunları geliştirme konusundaki başarısını gösteriyor.

Masomo, en son teknoloji, kullanıcı dostu tasarımlar ve oyuncu tercihlerini derinlemesine anlamayı birleştirerek, küresel oyuncu kitlesine heyecan verici deneyimler sunar. Tutkulu bir ekip tarafından yönetilen Masomo, mobil oyunları yeniden tanımlamaya devam ederken, yenilik ve büyüme konusunda hep ileriye gitmeye odaklanarak endüstride güvenilir bir isim olarak kendini konumlandırmaktadır.



[Masomo.com](https://www.masomo.com)



[/Masomogaming](https://www.instagram.com/masomogaming)



[/Masomo](https://www.linkedin.com/company/masomo)



[/Masomogames](https://www.x.com/masomogames)



[/Masomogaming](https://www.youtube.com/channel/UC...)



 portuma

OYUN DÜNYASINDA
YENİ NESİL
REKLAMCILIK

 Unity

Verified
Solution



Portuma; Türkiye'nin ilk ve tek oyun içi reklamcılık şirkettir. Portuma ekosistemi bugün itibariyle 177 ülkede günlük 5 milyon reklam gösterim sayısına ulaşmıştır.

Portuma dünyada ilk kez banner ve audio reklam modelini aynı SDK içerisinde birleştirmeyi başararak teknolojisini Unity Asset Store'da yayınlamıştır. Ayrıca Unity mühendisleri tarafından 56 farklı kritere göre değerlendirilen SDK'sı Unity Verified Solutions rozeti almıştır. Aynı zamanda, reklamcılık alanında uluslararası standartları belirleyen IAB Europe ve IAB Türkiye üyesidir. IAB Vendor List'te de yer alan Portuma, teknolojisini yurtdışına ihraç eden kayıtlı bir tedarikçi olarak uluslararası standartlarda kabul görmüştür. Böylece markalar için mesajlarını hem görsel olarak hem de işitsel olarak kullanıcılara ulaştırmayı başaran Portuma, markaların oyuncularla daha etkili bir şekilde etkileşime geçmesini sağlamaktadır.

MMA Türkiye tarafından düzenlenen 2024 Smarties Ödülleri'nde, Tami ile yaptığı oyun içi reklam projesiyle Yeni Perakende / Yenilikçi Teknolojiler ve Satış Kanalları alt kategorisinde Bronz Ödül kazanarak önemli bir başarıya imza atmıştır.

Portuma'nın geliştirdiği teknolojiler küresel oyuncu sayısının 3,7 milyara ulaşmasıyla, markalar ve oyun stüdyoları tarafından daha fazla ilgi görmekte ve oyun içi reklamcılığın stratejik öneminin artmasıyla sektörde kilit rol oynamaktadır.



Portuma.com



/Portumacom



/Portumasoftware



/Portumacom



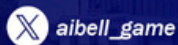
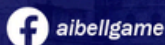
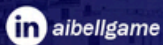
/Portuma



AiBell

Game Localization

**Oyunlar Bizimle
Türkçe**



www.aibellgame.com



MEDYA SPONSORLARIMIZ





5MID

AI | BLOCKCHAIN | ESPORTS | GAMING | TECH

KALBİ OYUNLA ATANLAR İÇİN!

A'dan Z'ye
ESPOR.COM

Türkiye'nin en iyi, en kapsamlı ve tescilli Esport Blogu.
Oyun ve Esport haberleri ile ilgili "A'dan Z'ye" aradığınız her şey bu blogta!

Türkiye'nin Oyun Haber Sitesi

www.atarita.com



BASLATTUSU

EĞLENCİYİ TETİHLEYEN SİHİRLİ BUTON!

Oyun dünyasındaki
tüm gelişmelerden
anında haberdar
olmak için
BPT Oyun'u
takip et!



 bptoyun  bptoyun



DİSKET KUTUSU

ÖZLEDİĞİNİZ OYUNCULUK

*İNCELEMELER, OYUN SOHBETLERİ VE OYUN YAPIMCILARININ MUTFAĞINDAN ÖYKÜLER
DİSKET KUTUSU YOUTUBE KANALINDA!*



GÜNCEL GÜVENİLİR TARAFSIZ

H A B E R A Ğ I

www.esporgazetesi.com

♪ @ X ESPORGAZETESİ



eSports360

EVENTS • BROADCAST • MANAGEMENT • COVERAGE

FLANK

YENİ NESİL ESPOR MEDYASI



Fragtist



FRPNET®

Türkiye'nin Fantastik Yaşam Portalı

www.FRPNET.net





SEÇ, KIYASLA VE EN İYİSİNİ BUL
FABRİKA VERİLERİNE DAYALI KIYASLAMA VE MEDYA PLATFORMU



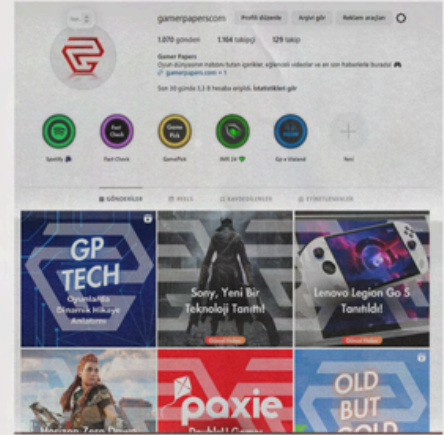
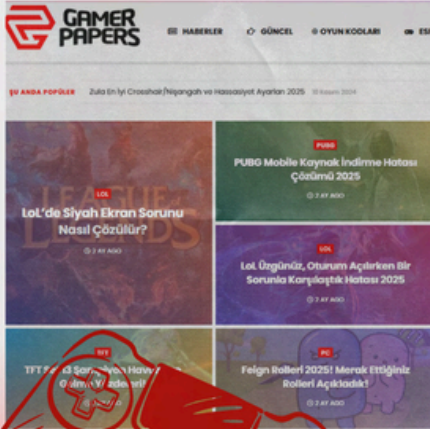
DONANIM HABERLERİ - İNCELEMELER - KARŞILAŞTIRMALAR
SIDE by SIDE ANALİZLER - INFOGRAFİKLER - VİDEOLAR
VE ÇOK DAHA FAZLASI

WEBSİTE: GAMERBENCHMARK.COM

 / [GAMERBENCHMARKTR](https://www.instagram.com/GAMERBENCHMARKTR)  / [GMRBENCHMARKTR](https://www.twitter.com/GMRBENCHMARKTR)



OYUN DÜNYASINI KEŞFET



■ gamizm ■

Oyun sektörü haber ve içerik portalı
Oyun ekosistemi ve dünyası ile ilgili en güncel haberler



**OYUN
SEKTÖRÜ
HABER
MERKEZİ**

HUBOGI
hub of game industry

www.hubogi.com

HWP



Teknoloji Satın
Alma Rehberi

www.hwp.com.tr
www.youtube.com/HWPtr

**OYUN, SİNEMA,
POPÜLER KÜLTÜR..
OYUNCUNUN NABZI**

**BURADA
ATİYOR!**

TÜRKİYE





DİJİTAL DÜNYAYI KEŞFETMENİN ADRESİ



MiStERN

Hayatı Oyun Olanların Platformu

Oyunlara dair en güncel haberler, içerikler ve bilgiler...

MOBIDICTUM



Oyun haberleri ve oyuna dair her şey
yeni nesil oyun medyası Oyun Dijital'de.

   
@oyundijital

OG

YENİ NESİL OYUN HABERCİLİĞİ

yeni nesil oyun haberciliği

OYUN GÜNLÜĞÜ

www.oyungunlugu.com



**Türkiye'deki tüm oyun sektörü etkinliklerinin
paylaşıldığı tek adres.**



[@oyun.sektoru.etkinlikleri.ose](https://www.instagram.com/oyun.sektoru.etkinlikleri.ose)

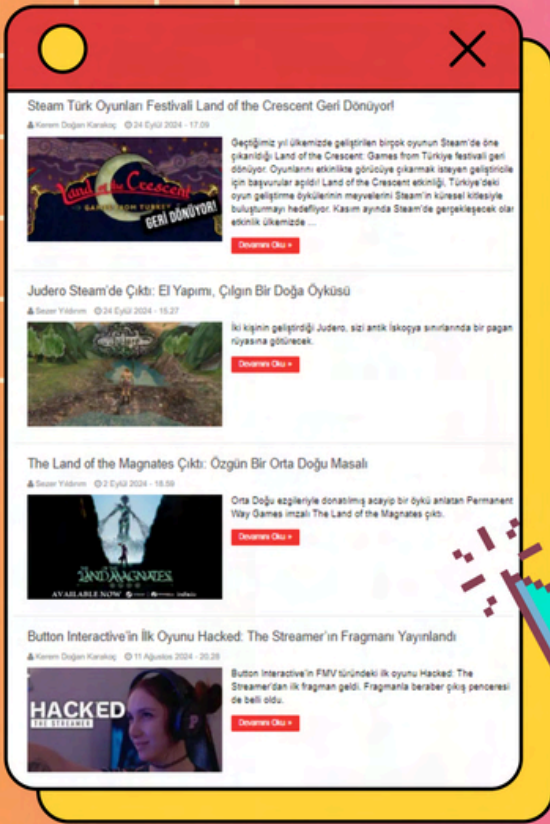


 www.pchocasi.com  PCHOCASITV



Espor dünyasından
son haberler ve sektörden
son dakika gelişmeleri
PLAYERBROS ile sizlerle.





**SAVE
BUTTONU**

**Oyun
Dünyasının
Hafıza Disketi**





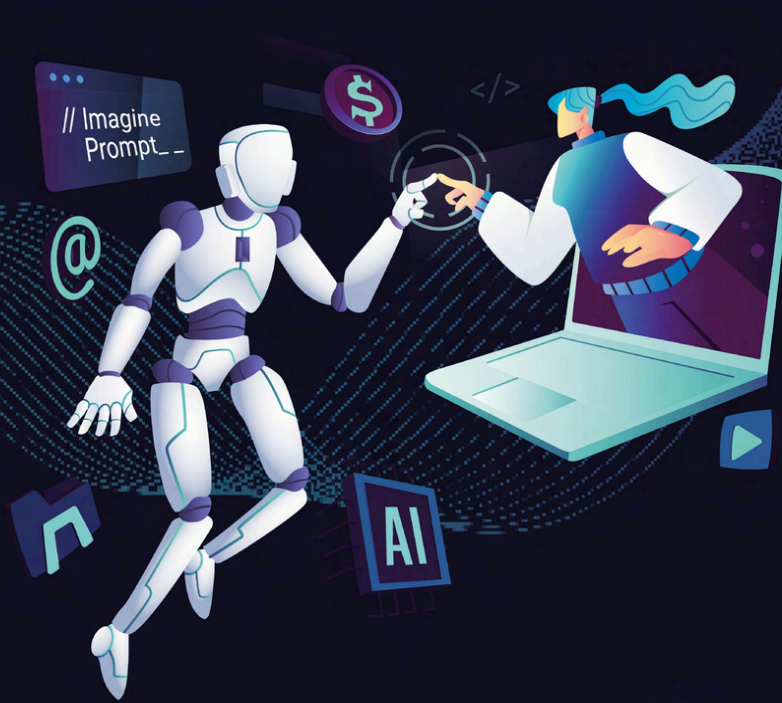
TAMİNDİR

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK TEKNOLOJİ VE İNDİRME PLATFORMU



EN SON TEKNOLOJİ HABERLERİ PARMAKLARINIZIN UCUNDA!

Yeni trendleri takip edebileceğiniz güvenilir teknoloji rehberiniz technostory.net



TAKİP ET!

[@technostorynet](https://technostory.net)

 **technostory**
Teknolojinin marka hikayeleri

Techno[®] Logic

Teknoloji Odaklı Haber Platformu

WWW.TECHNOLOGIC.COM.TR



techolay

**TEKNOLOJİNİN
KALBİNİ
KEŞFEDİN!**

Teknoloji ve Oyun Dünyasından Taze İçerikler

TEKNODİOT



OYUN TUTKUNLARININ BULUŐMA ADRESİ

TURKMMO.COM

Turkmmo.com, 2,4 milyon üyesiyle en büyük oyuncu topluluklarından biri. Aynı zamanda oyun ve teknoloji dünyasından güncel ve en önemli haberleri sizlerle buluşturuyor.

Turkmmo.com | Forum.Turkmmo.com



OYUNLARA & OYUNCULARA DAİR HER ŞEY

TURUNCU LENYE ✓

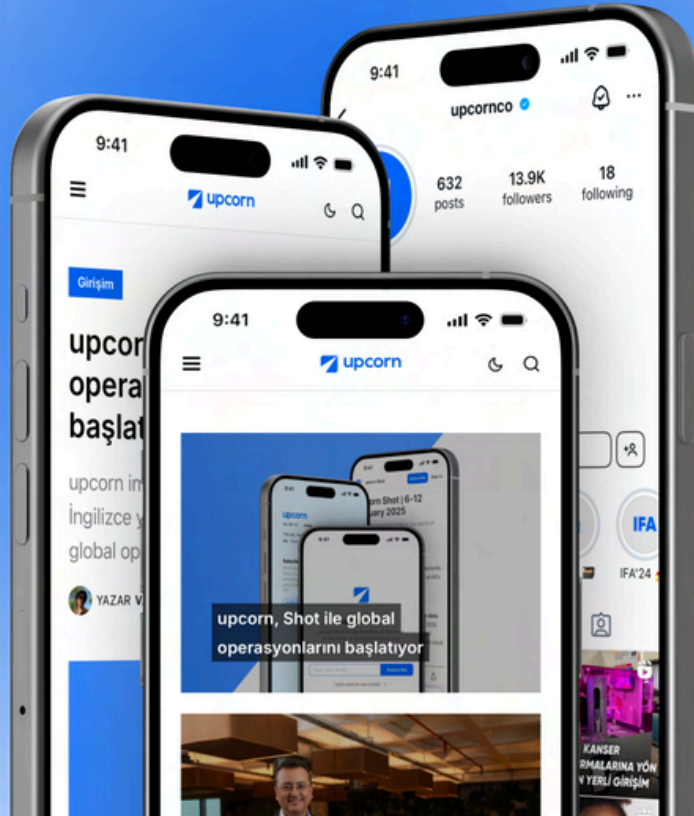




upcorn

Startup, teknoloji, trendler

upcorn.co



The logo features the text 'VGNW' in a large, bold, white, blocky font. Below it, the words 'VIDEO GAMES NETWORK' are written in a smaller, white, sans-serif font. Underneath that is a small white icon of an hourglass. The entire text and icon are centered within a white, stylized diamond shape that has a pointed top and bottom and inward-pointing sides, resembling a shield or a game controller's face. The background is solid black.

VGNW

VIDEO GAMES NETWORK



@ VGNWNET

 VGNW.NET

A top-down view of various gaming peripherals on a dark surface. In the top left is a black keyboard with silver keycaps. In the top center are two black earbuds. In the top right is a black headset. In the bottom left is a black mouse. In the bottom right is a black game controller. The central text is in a bright green and yellow gradient.

Wallbang

GAMING NETWORK

OYUN HABERLERİ - İNCELEMELER - MAKALELER

WALLBANGNETWORK.COM

Kaynakça

- Gaming In Türkiye | MENA | EU
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, 2024
- Türkiye'de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları 2024 - Reklamcılar Derneği - Deloitte Digital
- O PInG
- Portuma
- We Are Social - Meltwater Digital 2024: October Global Statshot Report
- TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2024
- SensorTower State Of Mobile 2025
- We Are Social - Digital 2024 Global Overview Report
- BTK - 2024 Pazar Verileri Raporu 2. Çeyrek Markalara Göre IMEI Kaydı Yapılan Mobil Cihaz Adedi
- Statcounter 2024 Mobile Vendor Market Share Türkiye Verileri
- Gamer'ların Kalbini Fetheden Markalar - Marketing Türkiye ve VeriNays Raporu
- 42matters.com - Turkey Mobile Gaming Statistics 2024
- now.gg BlueStacks - Mr. Rosen Sharma
- Education First English Language School English Proficiency Index List 2024
- Spotify 2024 Özeti
- Marketing Türkiye, VeriNays, 2024 Oyun İçecek Araştırması
- Startups.watch "Gaming_Snapshot_For Türkiye V4.1" Raporu
- Turkish Startup Ecosystem in 2024-Q3 Serkan Ünsal Blog
- Boğaziçi Ventures
- TESFED - Türkiye Espor Federasyonu - Alper Afşin Özdemir
- Level Infinite - Can Gürsu
- Riot Games - Erdinç İyikül
- Joygame - Burak Gözalan
- EMBED - Tugay Sakaoğlu - Ali Baki Duman



Kaynakça

- GamFed - Ercan Altug Yilmaz
- ChatGPT, DeepSeek, Perplexity
- ME Agency - Melodi Kızılgün
- TEVETOGLU Legal - Mete Tevetoğlu
- Gümüšoğlu Legal - Gülşah Gümüšoğlu
- GamFed - Arda Çelik ve Kevser Bilgiç
- Afra ÇALIK
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2024
- Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu
- Gemius Türkiye
- Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı BTK 2024 2. Çeyrek Pazar Verileri Raporu Eylül 2024
- Statista Global Consumer Survey 2023
- Statista Video Games Highlights 2022 Turkey
- Steam, Epic Store, XBOX, Playstation Store
- Twitch TV, YouTube, Instagram, X, TikTok
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
- EMBED, eSports360
- Yüksek Öğretim Kurulu
- Hitmarker.net
- İstanbul İnternet Kafeciler Esnaf Odası
- Monster Notebook Blog
- SimilarWeb
- Newzoo Global Games Market Reports 2024 - Ücretsiz Kaynaklar
- Esports Charts Popular Esports Games in 2024 by Viewership



Bilgilendirme Notu

Gaming In Türkiye | MENA | EU, tamamen oyun ve espor üzerine kurulmuş, Türkiye'de 9 yıldır hizmet veren oyun ve espor ajansı ve oyun yayıncısıdır. Son 9 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 Türkiye | MENA | EU, bu rapor ile birlikte herhangi kişi veya kuruma herhangi bir şekilde bir yatırım tavsiyesinde bulunmamakta ve yatırım danışmanlığı hizmeti sunmamaktadır. Oyun ve Espor alanında yapacağınız her nevi girişim veya yatırım, bunlara dair alacağınız kararlar için önce profesyonel destek almanızın gerekli olabileceğini dikkatinize sunarız. Bu rapor ise kişiye ve kuruma özel olmayıp genel nitelikte bir oyun - espor ekosistem incelemesi olup sektörel tanıtım ve destek amacına yöneliktir. Raporda görüşlerine yer verilen kişi veya kurumlar da aynı şekilde raporun tamamı hakkında bilgi sahibi değildir. Her bir kişi veya kurum sadece kendi beyanı ve desteği ile rapora katkı sunmakta olup bu sebeple raporda adı veya unvanı yer alan kişi veya kuruluşların rapordaki diğer herhangi bir bilgi veya yoruma dair herhangi bir taahhütte bulunması yahut bu sebeple mesul tutulması mümkün yahut söz konusu değildir.

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

© 2025. Daha fazla bilgi için [Gaming In Türkiye | MENA | EU](#)





TÜRKİYE OYUN SEKTÖRÜ 2024 RAPORU