

# Global Karantina Günlerinin Oyun Dünyası Üzerine Etkileri

Corona virüsü salgınının etkileri dalga dalga dünyaya yayılıyor. Salgının merkezi Avrupa ve Amerika'ya doğru kayarken, önümüzdeki haftalarda bu pazarlarda neler yaşanacağını öngörmek için Çin, İtalya ve Güney Kore gibi ülkelerin geçirdiği süreçlere bakmak faydalı olacaktır. Ülkelerin aldığı önlemler genellikle spor ve eğlence sektörlerini olumsuz etkilerken espor ve gaming için ise hikaye biraz daha farklı. Çoğunlukla bu gibi dijital içeriklere olan ilgi, karantina uygulamasının yoğunluğuyla doğru orantılı bir grafik çiziyor.

Dünya Sağlık Örgütü, COVID-19 nedeniyle karantinada olanların evdeyken sağlıklarını korumak için yapabilecekleri fiziksel aktiviteler ile ilgili bir tweet attı. Tweetteki beş öneriden biri de "aktif video oyunları oynamak" oldu. DSÖ'nün görselinde hareket sensörü gösterilse de cep telefonundan, VR'a çeşitli platformlarda fiziksel hareketler yaparak oynanan pek çok oyun bulunuyor. Son dönemde giderek artan VR kullanımı ve bu oyunların fiziksel anlamda harcadığı efor göz önüne alındığında bu öneri gerçekten de oldukça yerinde.



Grafik: DSÖ

Oyun ve espor ürünlerine olan ilginin çeşitli yansımalarını görebiliyoruz. Facticeus'un yayınladığı grafikte 9 Mart haftası başlayan yükselişle, video oyunlarına harcanan paranın 16 Mart'ta geçen yılın aynı zamanlarına göre yüzde 60 oranında daha yüksek olduğu tespit edildi.



Grafik: Facticeus

Artan rağbetin bir diğer örneği de son zamanlarda internet yoğunluğunu önlemek için alınan tedbirler. Akamai adlı içerik dağıtım ağı Microsoft ve Sony ile anlaşarak yoğunluk olarak saatlerde Xbox ve PSN'lerde oyun indirmeyi kısıtlama kararı aldı.






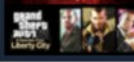

En büyük online oyun dağıtım ağı olan Steam istatistiklerine baktığımızda anlık oyuncu sayısında rekor üstüne rekor kırıldığını görüyoruz. Krizin başladığı mart başı itibariyle yükselişe geçen oyuncu sayısı ilk kez mart ortasında 20 Milyonun üzerine çıkarken 29 Mart itibariyle 23.434.674 ile tüm zamanların rekorunu kırmış oldu. Dünya genelinde evde kalan ülke sayısı arttıkça oyun içi anlık sayıları da rekorlar kırarak yükseliyor. Steam'in yanı sıra Epic, Origin, Uplay, gibi platformlar da zaman zaman kapasite sorunları yaşıyor. Bu artış aynı zamanda bilgisayar ve donanım alanına da yansımış durumda. Sektör duyumuna göre özellikle oyun bilgisayarları satışında ciddi bir artış yaşanmakta.

Most Played Games	Players Now	Peak Today
 Counter-Strike: Gl...	1,082,226	1,098,497
 Dota 2	671,534	747,551
 PLAYERUNKNO...	288,132	562,701
 Football Manager...	188,867	189,464
 Grand Theft Auto V	186,507	209,493

Kaynak: Steamdb

En popüler 5 yeni çıkan oyunun sadece bir tanesi "Free to play" diye adlandırılan ücretsiz oyunlardan. Trende bakılacak olursa Steam kullanıcıları oyunlar için harcama yapmaya devam ediyorlar.

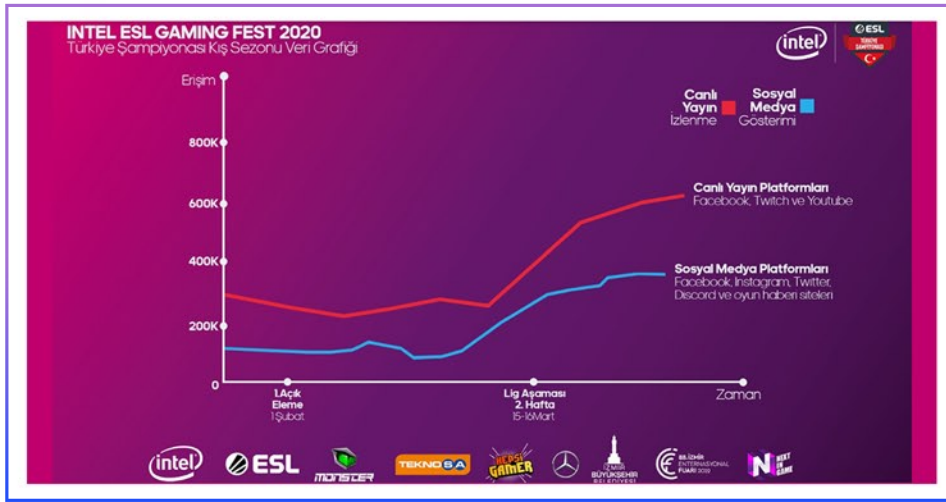
Oyun özelinde baktığımızda ise esporlar ile bilinen Counter-Strike:GO, Dota 2, PUBG gibi oyunların en çok oynanan oyunların tepesindeki yerlerini sağlamlaştırdıklarını görüyoruz.

Popular Releases	Peak Today	Price
 Last Oasis	26,202	₺65,57
 Half-Life: Alyx	12,963	₺92,00
 ONE PIECE: PIRA...	8,839	₺249,00
 Idle Champions o...	7,043	Free
 Grand Theft Auto ...	4,693	₺109,00

İtalya'daki sokağa çıkma yasağından sonra tamamıyla evlerinde vakit geçiren vatandaşların da ciddi anlamda online oyunlara yöneldiğini görüyoruz. Telecom Italia'nın raporuna göre 9 Mart'ta gelen karantina kararından sonra online oyun trafiklerinde %70'e varan bir artış yaşandı. Bir diğer telekom devi Verizon'un Amerika Birleşik Devletleri için verdiği rakamlara göre ise en yoğun saatlerde oyun oynayanlardaki artış düzeyi yaklaşık %75'e ulaşmış durumda. Tam bu dönemde çıkış yapan oyunlar da beklentilerin çok üstünde satış rakamlarına ulaşıyor. Amerika'da Nasdaq'ın çok kısa sürede %19.6 değer kaybettiği, borsada işlem gören tüm firmaların derinden sarsıldığı Mart ayının ilk yarısında, aynı dönemde Call of Duty: Warzone ile 30.000.000 indirmeyi geçen Activision borsadaki değer kaybı %6.5 ile sınırlı kaldı.

Elbette dijital dünyada oyun satışları yükselirken, GameStop gibi zincir mağazalarda ise süreç oldukça zorlu geçiyor. Kutulu oyun satışlarının son yıllarda giderek dijital satışlara dönmeye başlamasına ek olarak, mevcut durumda belirsiz bir süre ekonomik önlemler alan GameStop'ın CEO'su Jim Bell, 2020 yılı içerisinde tüm dünyada 320 mağazayı kapatacaklarını açıkladı. Fiziksel satışların adetlerini aşan dijital satışlar ve bunların yanı sıra gelen aylık üyelik bedelli, Xbox Game Pass, Google Stadia, GeForce Now, Apple Arcade gibi oyun kiralama servislerin ise abonelik sayılarında yukarı doğru bir trend çizeceğini öngörmek güç değil.

Global pazardaki bu hareketliliğe Türkiye de yabancı kalmadı. İlk vakanın tespitinin ardından alınan önlemler neticesinde okullar tatil edildi ve yetkililer mümkün mertebe evde kalınmasını tavsiye etti. Diğer ülkeler gibi ülkemizdeki önlemlerin alınmasıyla espor ve oyun içeriklerine ilgi artış fark edilir hale geldi. Önlemlerin alınmaya başlandığı 15-16 Mart tarihinden itibaren Intel ESL Türkiye Şampiyonası'nın canlı yayın izlenmesi ve sosyal medya gösterimi rakamları da önemli oranda arttı.



Grafik: ESL Türkiye

Son 14 günde espor oyunlarının, izlenme trafiğini görmek adına, canlı yayın platformu Twitch üzerinde Türk yayıncıların ürettiği oyun içeriklerine baktığımızda, en fazla tüketilen 10 oyundan 6 tanesinin de espor oyunu olduğunu görüyoruz.

Bu espor oyunlarına ait canlı yayınların saat bazında ne kadar izlendiğine gelince;

**League of Legends:** 1,364,834 Saat

**CS:GO:** 932,894 Saat

**Call of Duty: Modern Warfare:** 617,884 Saat

**PUBG:** 349,627 Saat

**Teamfight Tactics:** 226,076 Saat

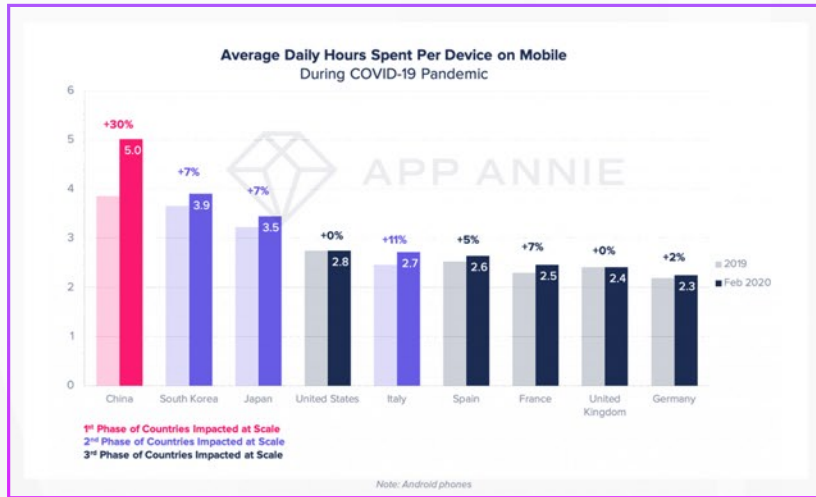
**Fifa 20:** 141,808 Saat

**Kaynak:** Arsenal.gg

Ayrıca Mart başından beri gerçekleşen Google'ın arama verilerine bakıldığında, Twitch, Facebook Gaming, Ücretsiz Oyun, Mobil Oyun, Gameplay gibi popüler konu başlıklarındaki internet aramalarının neredeyse iki katına çıktığını görüyoruz. Gaming içerikli servis ve data tüketimindeki bu artış esnasında ise kapasite artırımına gidene kadar pek çok platform oluşan trafiği karşılamak için yeni sunucular kiralarak kapasite artırımına girerken internet altyapı sağlayıcıları ve telekom firmaları oluşan trafiği karşılayacak kapasiteye sahip olduklarını açıklamaya devam ediyor.

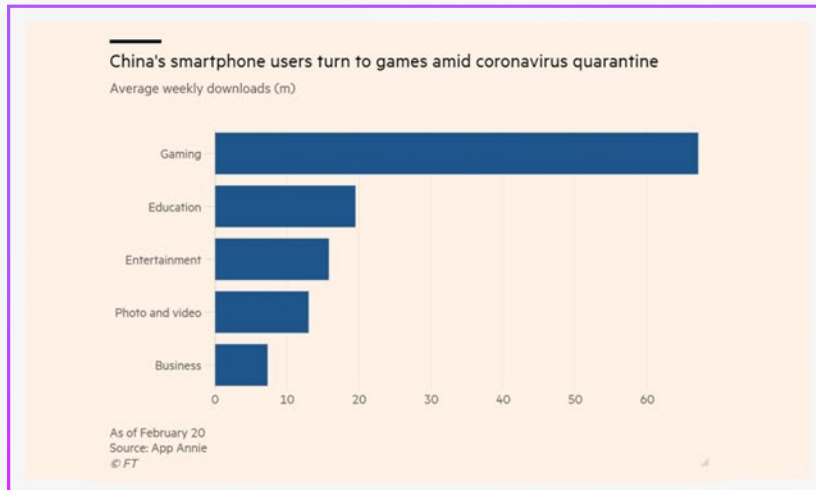
# Mobil Oyun Sektörü

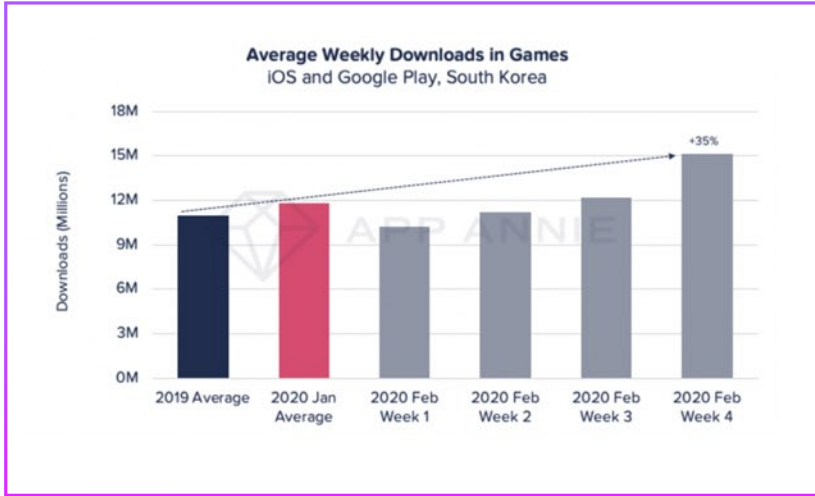
Mobil oyunlara olan ilgi artışı salgının başladığı ilk dalga ülkelerinde ciddi oranlarda hissediliyor. İnsanların evlerinde geçirdikleri zamanın artması telefonlarında geçirdikleri süreyi de arttırdı. Karantina uygulamaları Ocak ayında başlayan Çin'de Şubat ayına gelindiğinde günlük ortalama telefon kullanımı 2019'a nazaran %30 oranında yükselerek 5 saati geçti. Güney Kore, Japonya ve İtalya gibi sürecin ileri noktasında bulunan ülkelerde de artış görüldü. İngiltere ve Amerika gibi Şubat ayında henüz salgının etkisi altına girmemiş ülkelerdeki yansımalarının Nisan ayında ve sonrasında daha rahat ölçümlenebileceğini düşünüyoruz.



Grafik: App Annie

Bilgi alma, çalışma, eğlenme gibi amaçlarla cep telefonu kullanımının artmasına dair bir veri de Supercell'den geldi, firmanın popüler oyunu Brawl Stars, Mart'ın 3. haftası içerisinde %35 download ve %40 gelir artışı elde etti. Çin'de App Store'dan haftalık mobil oyun indirme sayısı Şubat ayında 63 milyona ulaşarak 2019 ortalamasının %80 üstüne çıktı.





Güney Kore de salgın ile ilk karşılaşan ülkelerden biri olarak benzer bir grafiğe sahip. Şubat ayının son haftası gerçekleşen 15 milyon mobil oyun indirilmesiyle, 2019 ortalamasının % 35 üstüne çıktı.

Grafik: App Annie

**Top Games by iOS & Google Play Downloads**  
During COVID-19 Outbreak, March 1-14, 2020

Rank	China	France	Germany	Italy	Japan	South Korea	United Kingdom	United States
1	王者荣耀	Slap Kings	Slap Kings	Slap Kings	Combat of Hero	Park Master	Slap Kings	Slap Kings
2	Game for Peace	Brain Out	Woodturning	Draw Climber	この素晴らしい世界に祝福を!	AFK Arena	Brain Test: Tricky Puzzles	Brain Test: Tricky Puzzles
3	Honour of Kings	The Seven Deadly Sins: Hikari to Yami no Grand Cross	Draw Climber	Woodturning	Draw Climber	Draw Climber	Chores - Spring into Cleaning	Sort It 3D
4	风云岛行动	Trivia.io	Will It Shred?	Brain Out	Push'em all	RS	Woodturning	Draw Climber
5	Mini World Block Art	Scrabble GO	Brain Out	Slap That	Brain Test: Tricky Puzzles	Push'em all	Trivia.io	Dental Bling
6	Brain Out	Slap That	Cut and Paint	Brain Test: Tricky Puzzles	Park Master	Slap Kings	Draw Climber	Cut and Paint
7	Special Agent Up	Draw Climber	Fahdom: Deep Dive	Square Bird	Toon Blast	A3: 스릴릴리리브	Slap That	Trivia.io
8	Minecraft Pocket Edition	Woodturning	Brain Test: Tricky Puzzles	Fahdom: Deep Dive	Put the Pin	Random Dice	Lucky Loot	The Seven Deadly Sins: Hikari to Yami no Grand Cross
9	Rescue Cut	Cut and Paint	The Seven Deadly Sins: Hikari to Yami no Grand Cross	Dental Bling	Rescue Cut	PUBG MOBILE	OverTake	Woodturning
10	Plant vs. Zombies 2	Will It Shred?	Dental Bling	Parking Jam 3D	Mario Kart Tour	Brain Out	Sort It 3D	Slap That

Note: China is iOS only

Bu dönemde oyuncu profilinin de çeşitlenmesi ile oynanan oyunların türleri de çeşitlilik gösteriyor. Grafikte 1-14 Mart arasında çeşitli ülkelerde iOS ve Google Play'de en çok indirilen oyunların listesi bulunuyor. Slap Kings, Woodturning, Draw Climber ve Brain Test: Tricky Puzzles öne çıkan oyunlar arasında.

Aslında durumu özetlemek gerekirse çok uzun zamandır espor ve spor aktörleri, disiplinler arası uygulamalar, yatırımlar, medya içerikleri, mekan kullanımları gibi konularda iletişim ve uyum içerisindeydi. Pek çok spor sektöründen genç taraftarın ilgisini çeken ve espora reklam ve sponsorluk yatırımı yapanların artarak devam eden ilgisi reklam alanındaki hemen hemen herkesin yakın takip ettiği bir gelişme. Ayrıca oyun sektörünün müzik endüstrisinden sonra dünyanın en büyük 2. eğlence sektörü olduğunu da unutmamak gerekli. Fakat bugün pandeminin bizi getirdiği nokta oldukça farklı. Karşılaştığı sıkıntılara rağmen espor sektörü özüne dönüp turnuvaların ve etkinliklerin birçoğunu hızlıca online platforma taşıyabildi. Fakat geleneksel spor alanındakiler seyircisini canlı tutabilmek, rekabetçi atmosferi tekrar yakalayabilmek, sponsorluklarını devam ettirebilmek gibi çok önemli kazanımlar için espora yöneldi. Formula yarışları gibi simülasyon teknolojisini kullanabilen yenilikçi branşlar online çözümler üretmek için çabalıyor.

Corona virüs etkisinin eğlence ve spor sektörlerindeki müşteri ve mecra trendlerine olan etkisi önümüzdeki haftalarda da devam edeceğini öngörmek güç değil. Gitgide daha fazla ülke önlemler aldıkça ve insanların evde geçirdikleri vakit artıyor, önümüzdeki bir kaç ay sıradışı tüketici eğilimleri görmeye devam etmeyi bekliyoruz.

## Kaynaklar

<https://www.geekwire.com/2020/impact-covid-19-consumer-spending-booze-buying-video-games-travel-lodging-sink/>

<https://www.appannie.com/en/insights/market-data/coronavirus-impact-mobile-economy>

<http://first.facteus.com/>

<https://www.zdnet.com/article/akamai-to-slow-down-video-game-downloads-during-covid-19-outbreak/>

<https://www.weforum.org/agenda/2020/03/covid-19-coronavirus-media-entertainment-sports/>

<https://dotesports.com/general/news/world-health-organization-suggests-active-video-games-as-a-way-to-stay-healthy-during-covid-19-pandemic>

<https://www.ft.com/content/579661ff-9d2d-4a1a-8dd3-f4eed24d9a6c>

<https://www.hollywoodreporter.com/news/gaming-us-age-up-75-percent-coronavirus-outbreak-verizon-reports-1285140>

<https://www.bostonglobe.com/2020/03/18/business/can-information-superhighway-handle-coronavirus-traffic-jam/>