

Spor Markalarının Ürünlerini NFT (Non Fungible Token-Değiştirilemez Jeton) Teknolojisi ile Pazarlaması

Ali Çevik1

Özet

Küresel pazarda yaşanan değişimler spor markalarını çeşitli faaliyetlere yönlendirmektedir. Günümüz teknolojisi ile spor markaları ürünlerini tüketicilere sunmaktadır. Bu ürünlerinden biri de NFT (Non Fungible Token-Değiştirilemez Jeton)'dir. NFT, sanat ve teknolojiyi bir araya getirerek dijital içeriklerle oluşturulan sanal ürünler olarak tanımlanmaktadır. NFT teknolojisi ürünleri ile spor markaları, pazardan daha fazla pay alabilmek, rekabette üstünlük sağlayabilmek ve tüketicilerle etkileşim sağlayarak markalarına yönlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada; spor markalarının NFT teknolojisi ile hangi tür ürünleri piyasaya sunduğunu ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Çalışmanın literatür kısmı; akademik veri tabanlarından, örnekler ise farklı web sayfalarındaki bilgilerden ve görsellerden oluşturulmuştur. Sonuç olarak; Nike, Adidas, Puma, Under Armour, Reebok, Asics, Mizuno spor markalarının NFT teknolojisi ile ilgili ürünler meydana getirdiği belirlenmiştir. Ayrıca Nike, Adidas ve Puma markalarının diğer markalara göre daha fazla NFT teknolojisi ürünlerini pazarladığı görülmüştür.

1. Giriş

Yaşadığımız dünyada iletişim, kişilerin birbirleri ile bağlantı kurabilmesini sağlayan teknolojik araçlardan bir tanesidir. Zamanla gelişim gösteren iletişim faaliyetleri, insanları farklı ortamlarda buluşturabilmekte ve sanal ile gerçeğin birleştirilmesine olanak tanımaktadır (Karagöl, 2023). Bilhassa günümüzde popüler hâle gelen metaverse evreni, gerçek ve sanal olayların yaşanmasına imkân tanımaktadır. Metaverse evrenin ekonomisini oluşturan temel unsur ise NFT'lerdir. Non-Fungible Token (değiştirilemez jeton) olarak adlandırılmaktadır. Bu jetonlar, avatar donanımı, sanal istek ve arzuların karşılanması, sanal etkinliklere katılımı sağlayan dijital nesnelere dir. Böylece

dijitalleşme ile çeşitli pazarlama kanalları oluşabilmektedir (Alankuş ve Anıl, 2022). Küresel pazarda NFT, gittikçe tanınır duruma gelmeye başlamıştır. Çünkü NFT'ye sahip olan kişiler farklı dijital varlıklara sahip olabilmekte ve telif haklarından büyük miktarlarda paralar kazanabilmektedir (Owen ve Chase, 2021). Dolayısıyla NFT pazar büyüklüğünün 2030 yılına kadar yaklaşık 300 milyar \$'a çıkması beklenmektedir. NFT'lerin ve diğer dijital para birimlerinin büyümesi, finans sektöründe popüler bir ekonomik model biçimi olmasını sağlamaktadır (Al Shamsi vd., 2023). Yaşanan bu durumları göz önünde bulunduran spor markaları rekabet güçlerini arttırabilmek ve pazardan daha fazla pay alabilmek için NFT ürünlerinin pazarlamasına yönelmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda çalışmamızda; NFT teknolojisini tanımı, NFT'lerin özellikleri, NFT ürünü alabilme süreci, spor markalarının NFT'yi kullanma amaçları ve spor markalarının NFT ürünlerinin neler olduğunu ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

2. NFT Teknolojisi Nedir?

NFT teknolojisi, gerçek veya sanal bir nesne için bir özgünlük sertifikası olarak tanımlanmaktadır. Blockchain teknolojisini kullanarak soyut, dijital nesnelerin (resimler, müzik, videolar, sanal yaratımlar) veya somut öğelerin (gerçek dünyadaki sanat eserleri, etkinlik biletleri vb.) sahipliğini kaydeden bir dijital varlıktır. Dünya çapındaki bir ağ tarafından doğrulanan ve herkese açık olarak oturum açan bu benzersiz dijital dosyalar herhangi bir mülkiyet değişikliği ile bir blok zinciri ağında saklanmaktadır (Morkunas vd., 2019). Bu gözetim zinciri, dosyanın kendisinde kalıcı olarak işaretlenmekte ve sahte olarak değiştirilmesini neredeyse imkânsız kılmaktadır (Wilson vd., 2022). Dolayısıyla blok zinciri, her NFT'nin benzersiz ve orijinal olmasını sağlayarak onu hem satıcı hem de alıcı için değerli kılmaktadır (Dowling, 2021). Ayrıca NFT'ler dijital sahiplik, özgünlük, gerçeklik, benzersizlik, markalaşma ve dağıtım konularında yerleşik pazarlama anlayışına meydan okumaktadır. Kripto pazarlama alanında ortaya çıkan bu alt disiplin, tüketici davranışı, fiyatlandırma ve ürün tasarımı konusundaki anlayışımızı genişletme fırsatları sunmaktadır (Hofstetter vd., 2022). NFT'lerin kökeni 2013'e uzansa da yalnızca Mart 2021'de bir fotoğraf kolajının NFT olarak 69,3 milyon dolara satılmasıyla yaygın ilgiyi görmeye başlamıştır (Kaczynski ve Kominers, 2021). Takas edilemez tokenler (NFT'ler), medyanın ilgisiyle öne çıkarak 2021 yılının sonunda 44 milyar dolardan fazla işlem üretmiştir (Chainalysis, 2021). Örnek verecek olursak; RTFKT Studios tarafından üretilen ve Fewocious tarafından tasarlanan yaklaşık 620 çift spor ayakkabıdan sadece yedi dakikada 3 milyon dolarlık gelir elde edilmiştir. Hermes tarafından üretilen ve Mason Rothschild ile Eric

Ramirez tarafından dekore edilen Baby Birkin çantası, 23.500 \$'a bir açık arttırmayla satılmıştır. Bu ürünlerin hiçbiri gerçek olmayıp sanal ürünlerden oluşmaktadır (Sestino vd., 2022).

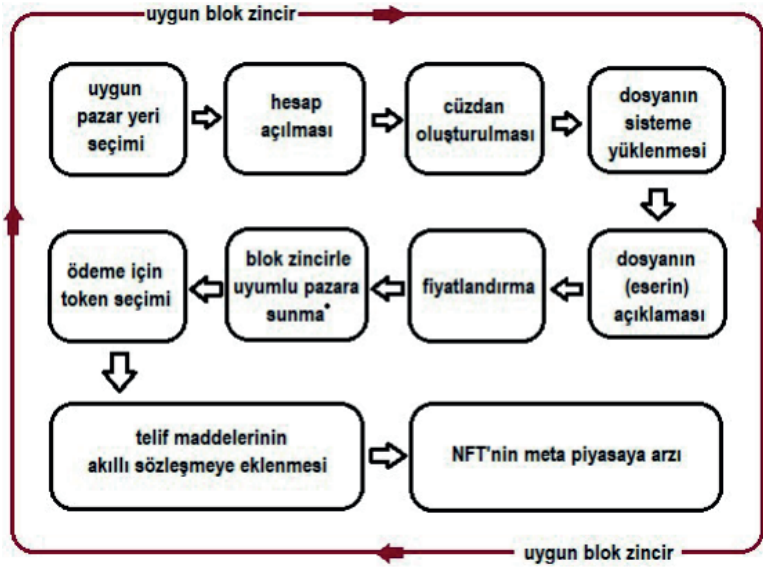
3. NFT'lerin Özellikleri

NFT olarak basılan jetonlar doğrudan Ethereum adresine yönlendirilmektedir ve benzersiz bir tanımlanmaya sahip olmaktadır. Jetona sahip olmak isteyen kişiler kolay bir şekilde hesaplarını doğrulayabilmektedir. Aynı zamanda Ethereum tabanlı NFT'ler pazar içerisinde rahatlıkla alınıp satılabilmektedir. NFT'lerin genel özellikleri ise şu şekilde sıralanmaktadır (Hacıhasanoğlu ve Akgün, 2022).

- **Doğrulanabilirlik:** Herkesin basit bir biçimde erişim sağlayabilmesini ve doğrulayabilmesini sağlamakla birlikte hangi NFT'ye sahip olduğunu kanıtlayabilmektedir.
- **Şeffaf yürütme:** Para basımı ve satın alma süreçlerinin gerçekleştiği faaliyetler arasında yer almaktadır
- **Mevcudiyet:** NFT sisteminin çökmesi mümkün gözükmemektedir. Ethereum cüzdanınızda ki NFT'ler güvence altındadır ve sonsuza dek cüzdanlar da saklanabilmektedir.
- **Manipülasyona karşı direnç:** NFT verileri ile ticari kayıtlar gizlenebilmektedir. İşlemler gerçekleştirildikten sonra hiçbir kimse manipüle edememektedir.
- **Kullanılabilirlik:** NFT sahipleri, en güncel bilgiler ile desteklenmektedir.
- **Atomiklik:** NFT ürünlerinin ticareti, tutarlı ve izole ortamda yapılmaktadır.
- **Ticaret Yapılabilirlik:** Alınabilir, satılabilir ve telif hakkı elde edilebilir.

4. NFT Ürünü Alabilme Süreci

Metaverse evreni içerisinde NFT alımı ve satışı yapabilmek için Ethereum bağlantılı bir cüzdana sahip olunması gerekmektedir. Bu cüzdanda, NFT'ler belirli komisyonlar karşılığında işlem görmektedir. NFT'lerin üretilip pazara sunulma sürecine ise mint (para basma) denmektedir (Wang vd., 2021).



Şekil 1. NFT Mint Süreci

Kaynak: (Alankuş ve Anıl, 2022)

Bir ürün, mal veya hizmeti piyasaya arz ederken işlem sıralamasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Çünkü pazarlama karması bileşeninde bu durum temel unsurlar arasında görülmektedir. Bilhassa metaverse pazarında ki NFT ürünlerin alış ve satışları, ilişkisel pazarlama felsefesine dayanmaktadır. İlişkisel pazarlamada başarı elde edebilmek için müşterilere güven verilmeli, empati ve değer duygusu en doğru şekilde yansıtılmalıdır (Alankuş ve Anıl, 2022). Bu bağlamda; Gucci, Luis Vuitton, Channel, Balenciaga, Givenchy, Burberry, H&M, Coca-Cola, McDonald's, gibi pek çok küresel markalar, NFT teknolojisi ile ürünlerini pazarlamaktadır. Son zamanlarda ise Adidas, Nike, Puma vb. markalar da NFT pazarında yerini almaya başlamıştır (Türk vd., 2022).

5. Spor Markalarının NFT'leri Kullanma Amaçları

NFT'ler, gün geçtikçe tüketicilerin ilgisini çekmenin yanında satın alma davranışlarını etkileyen pazarlama anlayışına dönüşmeye başlamıştır (Arcenegui vd., 2021; Kaczynski ve Kominers, 2021; Fairfield, 2022). Aynı zamanda NFT ürünleri, markalara benzeri görülmemiş viral pazarlama fırsatlarını da sunmaktadır (Sharma vd., 2022). Bu durumları analiz eden spor markaları, NFT ürünlerini piyasaya sürerek aşağıdaki unsurları elde etmeyi amaçlamaktadır (Hacıhasanoğlu ve Akgün, 2022).

Marka bağlılığı: NFT'ler kişilere özel olma duygusu verir. Böylelikle müşterilerin markaya karşı aidiyet hissini oluşturması sağlanır. Tüketici ile marka arasında güçlü bir bağın kurulmasında önemli araçlardan bir tanesidir.

Kapsam ve pazar genişletme: Markalar NFT sayesinde 3 boyutlu JPEG, GIF ve animasyon gibi dijital içerikler ve ürünler oluşturabilmektedir. Fiziki ürün veya hizmetle sınırlı kalınmayarak sanal ürünler meydana getirilmektedir. Markalar açısından pazarın ve kapsamın genişletilmesine yardımcı olmaktadır.

Maliyet: NFT ürünleri, nakliye, depolama, ambalaj gibi ticari maliyetleri düşürmektedir. İşlem ücretlerinin doğru yönlendirilmesiyle de gider daha az hale getirilebilir. Ayrıca fiziksel yerine dijital versiyon satmak maliyet kazancı sağlamaktadır.

Yeni bir fiyatlandırma modeli: NFT üreticileri ve sahipleri, geçmiş işlem süreçlerini görebilmektedir. Satın alınan ürünler, kişilere özgü olmakla birlikte yeni fiyatların belirlenebilmesine olanak tanımaktadır.

Dijital mülkiyet, benzersizlik ve değer: NFT'ler, benzersiz ve kopyalanamaz özelliklere sahip olmasından dolayı fiziksel ürünlere gösterilen değeri en aza indirmektedir. NFT ürünlerin kıtlığı, kişilere eşsiz olma hissiyatı vermektedir.

Orijinallik, durum ve paylaşım: Çeşitli NFT ürünlerine sahip olan tüketiciler, statü kazanmak ve etkileşim değerlerini arttırabilmek adına sosyal medyalarında bu ürünleri paylaşabilmektedir.

Merkezi olmayan markalama ve dağıtım: NFT ürünleri geliştirilebilir ve kişiselleştirilebilmektedir. Tüketiciler, başka ürün koleksiyonlarını inceleyerek kendi ürün özelliklerine eklemeler yapabilmektedirler. Ayrıca NFT ile ilgili olan hizmetler, kullanıcıları ve markaları dağıtım sistemlerinde oluşabilecek tehlikelere karşı korumaktadır.

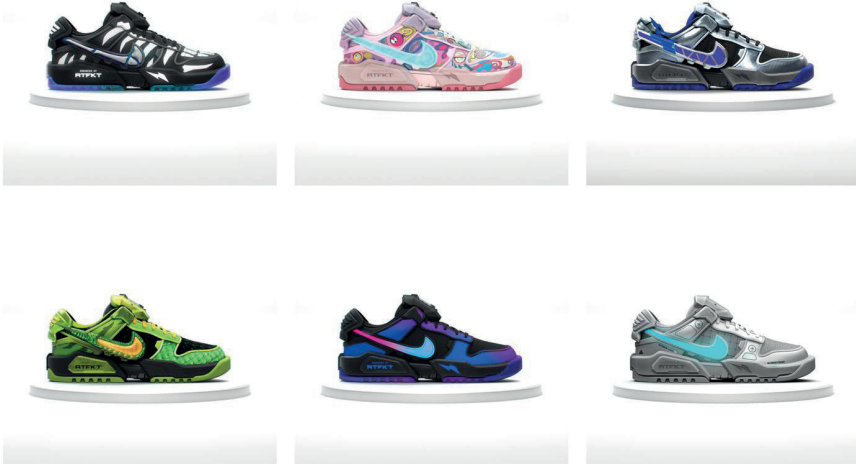
Yukarıda verilen bilgilere ilaveten; spor markalarının NFT ürünlerini kullanma sebepleri aşağıdaki maddelerden oluşmaktadır (Vitulano, 2022).

- Yeni bir hedef kitleye ulaşmak
- Yeni gelir akışları oluşturmak
- Kârda artışa izin vermek
- Bir hikâye anlatmak
- Canlı etkinlikler veya deneyimler için bilet gişesi olarak kullanmak
- İmajı arttırmak

Kısacası spor markaları, NFT teknolojisini kullanarak tüketicilerin metaverse evreninde sosyal bir statü kazanmalarını ürünleriyle sağlamaya çalışmaktadır (Kuş, 2021).

6. Spor Markalarının NFT Ürünleri

6.1. NIKE



Görsel 1. Nike Dunk ve RFTK iş birliği ile üretilen NFT sanal ayakkabılar

Kaynak: <https://www.businessoffashion.com/news/technology/nike-and-rtfkt-reveal-their-first-virtual-sneakers/> (Erişim Tarihi: 15.05.2023)

Nike markası, 2021 yılında RFTK şirketini satın alarak 2022 Nisan ayında ilk NFT koleksiyon ürünleri olan *Cryptokicks*'i piyasaya sürmüştür. Bu koleksiyon metaverse dünyasında kullanılmak üzere tasarlanmış ve üretilmiştir. Koleksiyon toplamda 20.000 jeton içermektedir. Bir NFT'nin mevcut taban fiyatı 5.235 Ethereum (yaklaşık 15.000 \$)'dur. Nike markası bu koleksiyonun üretiminden şu ana kadar yaklaşık 24,2 milyon dolar kazanmıştır (<https://mpost.io/nikes-nft-revenue-exceeds-185m-while-adidas-is-behind-with-10-9m/> Erişim Tarihi: 15.05.2023).



Görsel 2. Nike & RFTK markalarının NFT Air Force 1 Swoosh koleksiyonu ürünleri

Kaynak: <https://coinpaper.com/1377/nike-launches-its-first-nft-sneaker-collection-on-swoosh> (Erişim Tarihi: 15.05.2023)

Nike & RFTK markaları, 2022 Kasım ayında Swoosh platformunun bir beta sürümünü yayınlamıştır. Platformun Web3 eğitimi için bir kaynak, dijital koleksiyon öğeleri satın almak ve ticaret yapmak için bir platform olarak kullanılacağını ifade etmişlerdir. Swoosh üzerinden satın alınan ürünlerin video oyunlarında ve diğer sürükleyici deneyimlerde giyilebileceğini söylemişlerdir. Bu ürünlerin tanesi 19.82 dolardan satışa çıkarılmıştır. Çünkü Air Force 1 ayakkabılarının ilk üretiliş tarihi olan 1982 yılına vurgu yapılmak istenmiştir. Ayrıca Nisan 2023'te üretilen bu ayakkabıların fiziki halini satın alabilmek için NFT ürünlerine sahip olunması gerekmektedir (<https://www.coindesk.com/web3/2023/04/17/nike-is-releasing-its-first-digital-sneaker-collection-on-swoosh/> Erişim Tarihi: 15.05.2023).



Görsel 3. RTFKT & Nike Artırılmış Gerçeklik Genesis Hoodie NFT ürünü

*Kaynak: <https://vrscout.com/news/nike-partners-with-rtfkt-to-launch-ar-hoodies/>
(Erişim Tarihi: 15.05.2023)*

Nike markası, RTFKT şirketinin Clone X NFT avaturları için özel bir dijital kapüşonlu NFT ürünü üretmiştir. Bu sanal ürün, bir NFC (yakın alan iletişimi) çipiyle birlikte artırılmış gerçeklik kullanılarak izlenebilir, kullanıcıya sanal kanatlar gibi takma seçeneği sunabilmektedir. Bu NFT'lerin tanesi 250 Dolar civarındadır. Ürünün aynı zamanda fiziki olarak da üretilmesi beklenmektedir. Aynı zamanda Nike ve RTFKT şirketlerinin ilk üst giyim olarak sunduğu üründür. Yaklaşık olarak bu üründen Nike ve RTFKT markaları 39 milyon dolar elde etmiştir (<https://www.voguebusiness.com/technology/why-nikes-next-web3-move-is-a-black-hoodie-rtfkts-founders-tell-all> Erişim Tarihi: 15.05.2023).

6.2. ADIDAS



Görsel 4. Adidas “Into the Metaverse” NFT ürünleri

Kaynak: <https://nftevening.com/adidas-metaverse-everything-you-need-to-know/> (Erişim Tarihi: 17.05.2023)

Adidas markası, 2021 Aralık ayında metaverse evreninde ki NFT ürünlerini pazarlamayı “Into the Metaverse” projesiyle başlatmıştır. Bu projede, Adidas’ın işbirlikçileri Bored Ape Yacht Club (BAYC), Punk Comics ve GMoney ile ortak markalı özel dijital ve fiziksel ürünler kullanıcılara sunulmuştur. Koleksiyona sahip olan tüketiciler, avatarlarını özelleştirme yeteneği ve yeni bir Adidas Collect pazarına Premium erişim elde edebilenlerin yanında özel deneyimlere erken veya erişime sahip olabilmektedirler. Adidas gerçekleştirdiği bu proje ile toplamda 4 saat içerisinde tanesi 0,02 etherium (700 ABD Doları) olan 30.000 NFT satışı yaparak 23,5 milyon ABD Doları gelir elde etmiştir (https://www.sportspromedia.com/technology/adidas-alt-nft-web3-into-the-metaverse-tech-fashion/?zeph_r_sso_ott=4QleTr Erişim Tarihi: 17.05.2023).



Görsel 5. Adidas Virtual Gear NFT ürünleri

Kaynak: <https://nftevening.com/adidas-metaverse-everything-you-need-to-know/> (Erişim Tarihi: 17.05.2023)

Adidas Originals, NFT dijital giyilebilir ürünlerini piyasaya sürmüştür. Ürün koleksiyonunda toplamda 16 parça yer almıştır. 16 benzersiz ceket, Adidas'ın "Virtual Gear" olarak bahsettiği yeni ürün kategorisinin bir parçasıdır ve sanal avatarlar tarafından giyilmek üzere tasarlanmıştır. Virtual Gear giyilebilir ürünlerini arzu edenler, ikincil piyasada NFT'yi satın alabilirler ve koleksiyon 0,038 ETH (46,50 ABD Doları) taban fiyatında satılmaktadır. Bu koleksiyon ürünleri ile Adidas markası, yaratıcı ve kültürel bir dönüm nokta oluşturmayı, geçmişle geleceği, sanalla fizikseli, topluluklarla yaratıcıları, kültürle kimliği birbirine bağlamayı amaçlamaktadır (<https://blog.mexc.com/adidas-unveils-nft-wearables/> Erişim Tarihi: 17.05.2023).



Görsel 6. Adidas WAGMI United NFT projesi

Kaynak: <https://opensea.io/zh-CN/assets/ETHEREUM/0x3b1417c1f204607deda4767929497256e4ff540c/1> (Erişim Tarihi: 17.05.2023)

Adidas markası, İngiltere 4. Lig futbol takımlarından olan WAGMI United ile NFT projesini başlatmıştır. Projede amaç; taraftarların alacağı NFT'lerle, kulübün hangi oyuncularını alacağına veya kulübün parasını nasıl yatırmasına karar verilmesinin yanında taraftarlar ile daha iyi bir bağ oluşturmak ve taraftarların doğrudan kulüp yönetimine müdahale etmesine izin vermek için tasarlanmıştır. Kulübün NFT'si satın alınarak üyelik işlemi başlamaktadır. WAGMI United NFT Fiyatı 0,35 ETH yaklaşık 400 ABD dolarına tekabül etmektedir. Koleksiyonda toplam 12.000 NFT vardır ve şu ana kadar 5 milyon dolarlık gelir elde edilmiştir. 12.000 NFT'den yaklaşık 2.000'i şu anda hala kullanılabilir ve satılabilir düzeydedir. Böylece WAGMI United kulübü, Adidas markası ile iş birliği yaparak taraftarların kulüp üzerinde söz hakkı olmasını sağlamakla birlikte taraftarların kulübe olan sadakat seviyelerini yükseltmeyi beklemektedir. Ayrıca kulüp, kazançlar ile başarılı olarak Premier Lige çıkmayı hedeflemektedir. Bu durum gerçekleşirse bugünün spor yönetimi modellerini önemli ölçüde etkileyebileceği düşünülmektedir (<https://cryptoticker.io/en/how-to-buy-wagmi-nft-easy-guide/> Erişim Tarihi: 17.05.2023).

6.3. PUMA



Görsel 7. Manchester City & Puma & Musketon iş birliği ile üretilen NFT ürün

Kaynak: <https://www.mancity.com/news/club/city-puma-announce-nft-drop-9320-63787777> (Erişim Tarihi: 17.05.2023)

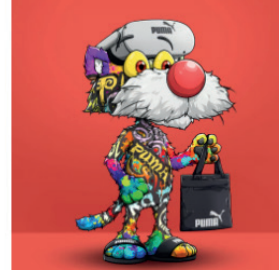
Manchester City kulübünün forma sponsoru olan Puma markası, kulübün ilk Premier Lig şampiyonluğunun 10. yıl dönümünü kutlamak adına dijital sanat tasarımcısı Musketon ile birlikte NFT ürününü üretmiştir. Bu ürün, 93.20 de Sergio Aguero'nun attığı şampiyonluk golüne vurgu yapmaktadır. Toplamda 120 tane üretilen NFT ürünü, sahip olan taraftarlara çeşitli deneyimlere erişebilmesine olanak tanımaktadır (<https://www.mancity.com/news/club/city-puma-announce-nft-drop-9320-63787777> Erişim Tarihi: 17.05.2023).



Görsel 8. Puma NFRNO ve Nitro Fastroid NFT ürünleri

Kaynak: <https://about.puma.com/en/newsroom/brand-and-product-news/2022/09-07-2022-puma-black-station> (Erişim Tarihi: 17.05.2023)

Puma markası, ilk metaverse web sitesi deneyimi olan Black Station şirketi ile ortaklık kurarak hem dijital hem de fiziksel olan ürünlerini tanıtmıştır. Bu ürünlerin NFT'lerine sahip olan kişiler ayakkabılar ile özdeşleştirilmiş ayrıcalıklara sahip olabileceklerdir. Ürünleri fiziksel olarak elde etmek isteyenler, NFT'lerini yakarak yani sahipliğinden vazgeçerek erişim hakkını sağlayabileceklerdir (<https://hypebeast.com/2022/9/puma-metaverse-experience-exclusive-nfts-nyfw> Erişim Tarihi: 17.05.2023).



Görsel 9. Süper Puma NFT koleksiyonu ürünleri

Kaynak: <https://boardroom.tv/puma-nft-collection-75th-anniversary/> (Erişim Tarihi: 17.05.2023)

Puma, ikonik maskotunu yeni bir profil resmini NFT koleksiyonuyla blok zincirine koyarak 75. yılını kutlamaktadır. Bu koleksiyonda Puma, 1970'lerde "Süper PUMA" adlı yeşil bir kedinin maceralarını anlatan bir dizi çizgi roman yayınlamıştır. Marka, son yedi buçuk yıldaki en tarihi spor anlarını vurgulamak istemiştir. Puma, hayranların yeni koleksiyondaki NFT'leri, Web3 topluluğu genelinde popüler bir trend olan sosyal medya profil resimleri olarak kullanmasını öngörmektedir. Koleksiyon toplamda 10.000 Süper PUMA NFT içermektedir. Bunlardan 4000 tanesi Puma tarafından Nitro koleksiyonu sahiplerine airdrop olarak gönderilmekte, 2000 tanesi @10KTFshop topluluğu için tahsis edilmekte ve 4000 tanesi WL Spots aracılığıyla halka açık olarak satılmaktadır (<https://www.binance.com/en/news/flash/7402961> Erişim Tarihi: 17.05.2023).

6.4. UNDER ARMOUR



Görsel 10. Under Armour Genesis Curry Flow NFT ürünü

Kaynak: <https://www.ledgerinsights.com/under-armour-launched-nft-with-stephen-curry-as-in-game-asset-for-3-metaverses/> (Erişim Tarihi: 20.05.2023)

Under Armour markası Stephen Curry'nin basketbolda 3 sayılık atış rekorunu kutlamak için takas edilemez jeton (NFT) uygulamasını başlatmıştır. Golden State Warriors oyuncusu, Madison Square Garden'da kariyerinin 2974. üçlüğünü atarak Ray Allen'in mevcut rekorunu kırmıştır. Başarıyı kutlamak için Under Armour ve Curry Brands, bir blockchain oyun geliştiricisi olan Gala Games ile ortaklık kurmuştur. Üç marka birlikte Stephen Curry'nin rekoru kırdığında giydiği basketbol spor ayakkabılarının dijital versiyonu olan Genesis Curry Flow NFT'leri piyasaya sürmüştür. Ayakkabılar, bir ekran NFT'si olarak çalışmanın yanı sıra orijinal olarak Gala Games tarafından geliştirilen Town Star'ın metaverse'lerinde ve Decentraland ve Animoca's Sandbox'ta oyun içi varlıklar olarak giyilebilmektedir. Toplamda, dijital varlığın 2974 sürümü, 2974'üncü rekoru anmak için 333 \$'lık sabit bir fiyatla satılmıştır ve girişimin toplam geliri 990.000 \$'ın üzerine çıkmıştır. Elde edilen gelir, imkânları kısıtlı genç oyuncuların spora erişimini destekleyen hayır kurumlarına bağışlanmıştır (<https://www.ledgerinsights.com/under-armour-launched-nft-with-stephen-curry-as-in-game-asset-for-3-metaverses/> Erişim Tarihi: 20.05.2023).



Görsel 11. Under Armour Basketball Headz NFT ürünü

Kaynak: <https://about.underarmour.com/en/stories/2022/06/curry-brand-launches-largest-branded-cross-community-nft-project.html> (Erişim Tarihi: 20.05.2023).

Under Armour Curry markası, tarihinin en büyük markalı topluluklar arası NFT projesini başlatmıştır. Marka, basketbol topluluğunu metaverse’de birleştirmek için CyberKongz, HAPE, Smileless ve Chibi Dinos ile ortaklık kurmuştur. Web3 alanının sınırlarını, gerçek zamanlı basketbola bağlanan ilk basılmış avatarlar olan Basketball Headz’i geliştirmişlerdir. Bu uygulamada; Stephen Curry’nin NBA üç sayılık rekorunu kırması onuruna Genesis Curry Flow’un geçen yılki unutulmaz NFT çıkışını takiben her biri 125 ABD Doları olan dört tane avatar üretmiştir. Bu avatarlara sahip olan tüketiciler, Stephen her üç sayılık atış yaptığıında, oyun başına dijital cüzdan başına bir ücretsiz NF3 talep etmeye devam edebilecektir. Aynı zamanda Genesis Curry Flow NFT ürününe sahip olanlar ise bu avatarların tanesini 40 ABD Doları vererek temin edebileceklerdir (<https://about.underarmour.com/en/stories/2022/06/curry-brand-launches-largest-branded-cross-community-nft-project.html> Erişim Tarihi: 20.05.2023).

6.5. REEBOK

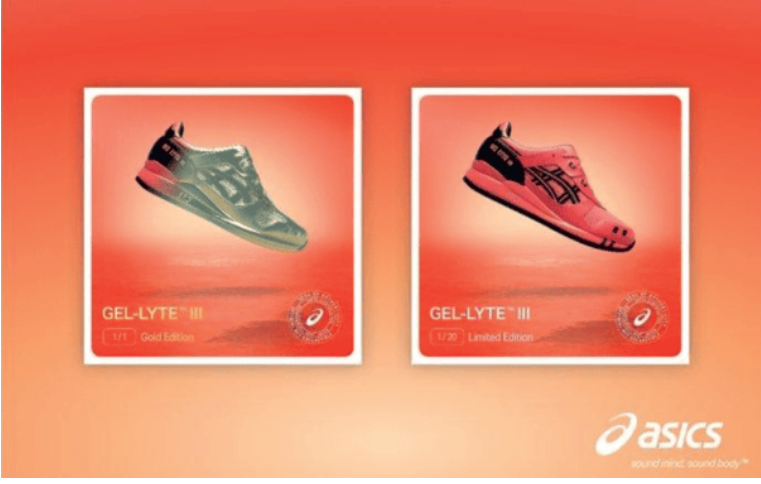


Görsel 12. Reebok NFT ürünü

Kaynak: <https://www.rfox.com/blogs/reebok-and-a-ap-nast-drop-limited-edition-nfts-on-rfoxs-nft-platform-all-minted-in-under-5-minutes> (Erişim Tarihi: 20.05.2023)

Uluslararası ayakkabı ve giyim üreticisi Reebok, rap moda ikonu olan NAST x Reebok Zig Kinetica II Edge NFT ayakkabısını piyasaya sürmüştür. NAST x Reebok Zig Kinetica II Edge NFT'lerin başarılı bir şekilde piyasaya sürülmesi, gerekli akıllı sözleşmelerin konuşlandırılmasına, insanların NFT'lerini talep edip basabilecekleri halka açık bir pazarın oluşturulmasına olanak tanıyan RFOX NFT'ler toplamda 300 adet üretilmiştir. 1 Aralık 2021 itibarıyla pazara sunulan NFT teknolojisi ürünü, markaya yaklaşık 1,4 milyon ABD doları gelir sağlamıştır (<https://www.rfox.com/blogs/reebok-and-a-ap-nast-drop-limited-edition-nfts-on-rfoxs-nft-platform-all-minted-in-under-5-minutes> Erişim Tarihi: 20.05.2023).

6.6. ASICS



Görsel 13. Asics Sunrise Red NFT koleksiyonu

Kaynak: <https://blog.sportheroes.com/sports-brands-that-are-experimenting-with-nfts-and-the-metaverse> (Erişim Tarihi: 20.05.2023).

Japonya merkezli olan Asics markası, Sunrise Red' adlı ilk NFT koleksiyonunu çıkarmıştır. 189 parçalık koleksiyon, “bir spor kutlaması” ve “dijital ürünlerin fiziksel aktiviteye ilham verdiği” bir gelecek yaratmaya yönelik bir adım olarak yayınlanmıştır. Koleksiyon, her biri 20 NFT’li ayakkabılar, parmak arası terlikler ve sandaletler dâhil olmak üzere dokuz ASICS dijital ayakkabı ürünlerini içermektedir. NFT’lerin sahipleri, animasyon projelerinde ve avatarlar için giyilebilir cihazlar olarak çeşitli metaverse’lerde kullanılmak üzere öğelerin 3B modellerini alabilmektedir. Ayrıca marka, dijital sanatlar topluluğunu desteklemek için elde ettiği tüm gelirleri Digital Goods in Residence Programı’na bağışlamıştır (<https://blog.sportheroes.com/sports-brands-that-are-experimenting-with-nfts-and-the-metaverse> (Erişim Tarihi: 20.05.2023)).

6.7. MIZUNO



Görsel 14. Mizuno NFT koleksiyonu

Kaynak: <https://blog.cryptoflies.com/sports-brand-mizuno-goes-nft-launches-nft-collection/> (Erişim Tarihi: 20.05.2023).

Japon spor şirketi Mizuno, token (NFT) koleksiyonunu tanıtmıştır. Mizuno NFT koleksiyonu, markanın her zaman desteklediği üç ana spora odaklanmaktadır. Judo, futbol ve koşudur. Judo NFT serisi, dünyanın en iyi judo sporcularını gösteren üç benzersiz sanat eserinden oluşmaktadır. Biri erkek sporcuları, biri kadın sporcuları ve üçüncüsü her iki cinsiyeti temsil etmektedir. Judo NFT'leri, dövüş sanatları illüstrasyonlarında uzmanlaşmış serbest illüstratör sanatçı Ryokke Draw ile ortaklaşa oluşturulmuştur. Koşu NFT'leri, her biri gökkuşağı renklerinden biriyle renklendirilen Wave Rebellion Pro Mizuno modeline sahip yedi varyasyondan meydana gelmektedir. Gökkuşağı, Mizuno'nun resmi sponsoru olduğu Japonya'nın en büyük şehir maraton etkinliklerinden biri olan Osaka Maratonu'nun sembolünü anımsatmaktadır. Futbol NFT'si üç renkte sunulmuştur. Bunlar; beyaz, gök mavisi ve siyahtır. Mizuno NFT koleksiyonu, her bir NFT için sırasıyla 0,3 veya 0,5 Ethereum veya yaklaşık 490\$ ve 817\$ başlangıç teklif fiyatıyla sunulmuştur (<https://blog.cryptoflies.com/sports-brand-mizuno-goes-nft-launches-nft-collection/> Erişim Tarihi: 20.05.2023).

Sonuç

NFT, dijital ürünlere sahip olabilmeyi kanıtlayan ve benzeri olmayan bir tanımlayıcıdır. NFT teknolojisi, kullanıcılarına farklı deneyimler yaşatmakta ve markaların farkındalık oluşturmalarına katkı sağlayabilmektedir. Markalar, NFT teknolojisi sayesinde tüketicilerine çeşitli kişiselleştirilmiş promosyonlar sunabileceklerine inanmaktadır. Böylece metaverse evreninde yer alacak olan kişilere gerçekçi ortamlar hazırlamayı düşünmektedirler. Küresel markaların yapmış oldukları NFT uygulamaları, pazarlama ve reklam sektörlerini geliştirebilmekte ve kısa süre zarfında müşterilere ürün veya hizmetleri ulaştırabilmektedir. Dolayısıyla dijital yeniliklere entegre

olan spor markalarının pazar içerisinde rekabet üstünlüğünü elde etmesi beklenen bir sonuç olacaktır. NFT'ler, spor markaları ve etkinlikler adına fikri mülkiyetler, dijital içerikten para kazanmak ve yeni büyüme fırsatlarından yararlanmaları için yenilikçi yollar yaratmaktadır. Bilhassa spor markaları, NFT'ler aracılığıyla gelir elde edebileceği, markaların yaratıcılıklarını en üst düzeye çıkarabileceği, marka bilinirliklerini artırabileceği, yeni ürün tasarım fikirlerini test edebileceklerini düşünmektedir. Ayrıca spor markaları, NFT'lerin tüketiciler üzerinde yeni değer yaratma ve sosyal medyada yaygınlaşma potansiyelini yüksek olarak görmektedir. Sonuç olarak; Nike, Adidas, Puma, Under Armour, Reebok, Asics, Mizuno spor markalarının NFT teknolojisi ile ilgili ürünler meydana getirdiği belirlenmiştir. Ayrıca Nike, Adidas ve Puma markalarının diğer markalara göre daha fazla NFT teknolojisi ürünlerini pazarladığı görülmüştür.

KAYNAKLAR

- Alankuş, Z., Anıl, E. (2022). Metaverse evreninde pazarlama: 7p pazarlama karması üzerinden bir değerlendirme. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 134-168.
- Al Shamsi, M., Smith, D., & Gleason, K. (2023). Space transition and the vulnerabilities of the NFT market to financial crime. *Journal of Financial Crime*, 1359-0790.
- Arcenegui, J., Arjona, R., Román, R., & Baturone, I. (2021). Secure combination of IoT and blockchain by physically binding IoT devices to smart non-fungible tokens using PUFs. *Sensors*, 21(9), 3119.
- Chainalysis. (2021). The Chainalysis 2021 NFT market report: Everything you need to know about the NFT market and its most successful collectors. Chainalysis. <https://go.chainalysis.com/rs/503-FAP-074/images/Chainalysis%20NFT%20Market%20Report.pdf> (Erişim tarihi:02.05.2023).
- Dowling, M. (2022). Is non-fungible token pricing driven by cryptocurrencies?. *Finance Research Letters*, 44, 102097.
- Fairfield, J. A. (2022). Tokenized: The law of non-fungible tokens and unique digital property. *Ind. LJ*, 97, 1261.
- Hacıhasanoğlu, P. ve Akgün, Z. (2022). Yeni nesil pazarlama teknolojileri. Paradigma Akademi, Çanakkale.
- Hofstetter, R., de Bellis, E., Brandes, L., Clegg, M., Lamberton, C., Reibstein, D., ... & Zhang, J. Z. (2022). Crypto-marketing: How non-fungible tokens (NFTs) challenge traditional marketing. *Marketing Letters*, 33(4), 705-711.
- Kaczynski, S., & Kominers, S. D. (2021). How NFTs create value. *Harvard Business Review*, 10.
- Karagöl, A. (2023). Evrenden (Universe) Metaevrene (Metaverse) Sosyal Etkileşimin Görseelliği Üzerine. *TRT Akademi*, 8(17), 246-267.
- Kuş, O. (2021). Metaverse: 'Dijital Büyük Patlamada' Fırsatlar ve Endişelere Yönelik Algılar. *Intermedia International E-journal*, 8 (15), 245-266.
- Morkunas, V. J., Paschen, J., & Boon, E. (2019). How blockchain technologies impact your business model. *Business Horizons*, 62(3), 295-306.
- Owen, A. & Chase, I. (2021). "NFTs: a new frontier for money laundering?". <https://rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/nfts-new-frontier-money-laundering> (Erişim tarihi:02.05.2023).
- Sharma, T., Zhou, Z., Huang, Y., & Wang, Y. (2022). "It's A Blessing and A Curse": Unpacking Creators' Practices with Non-Fungible Tokens (NFTs) and Their Communities. *arXiv preprint arXiv:2201.13233*.
- Türk, G. D., Bayrakçı, S., Akçay, E. (2022). Metaverse ve benlik sunumu. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12(2), 316-333.

- Vitulano, A. M. (2022). The evolution of digital marketing in sportswear brands. Luiss Guido Carli, relatore Máximo Ibarra, pp. 210. [Master's Degree Thesis]
- Wang, Q., Li, R., Wang, Q., Chen, S. (2021). Non-Fungible Token (NFT): Overview, Evaluation, Opportunities and Challenges. Tech Report. <https://arxiv.org/abs/2105.07447> (Erişim Tarihi: 18. 04. 2023).
- Wilson, K. B., Karg, A., & Ghaderi, H. (2022). Prospecting non-fungible tokens in the digital economy: Stakeholders and ecosystem, risk and opportunity. *Business Horizons*, 65(5), 657-670.

İnternet Kaynakları

- (<https://www.businessoffashion.com/news/technology/nike-and-rtfkt-reveal-their-first-virtual-sneakers/> Erişim Tarihi: 15.05.2023).
- (<https://mpost.io/nikes-nft-revenue-exceeds-185m-while-adidas-is-behind-with-10-9m/> Erişim Tarihi: 15.05.2023).
- (<https://coinpaper.com/1377/nike-launches-its-first-nft-sneaker-collection-on-swoosh> Erişim Tarihi: 15.05.2023).
- (<https://www.coindesk.com/web3/2023/04/17/nike-is-releasing-its-first-digital-sneaker-collection-on-swoosh/> Erişim Tarihi: 15.05.2023).
- (<https://vrscout.com/news/nike-partners-with-rtfkt-to-launch-ar-hoodies/> Erişim Tarihi: 15.05.2023).
- (<https://www.voguebusiness.com/technology/why-nikes-next-web3-move-is-a-black-hoodie-rtfkt-founders-tell-all> Erişim Tarihi: 15.05.2023).
- (<https://nftevening.com/adidas-metaverse-everything-you-need-to-know/> Erişim Tarihi: 17.05.2023).
- (https://www.sportspromedia.com/technology/adidas-alts-nft-web3-into-the-metaverse-tech-fashion/?zephhr_sso_ott=4QleTr Erişim Tarihi: 17.05.2023).
- (<https://blog.mexc.com/adidas-unveils-nft-wearables/> Erişim Tarihi: 17.05.2023).
- (<https://opensea.io/zh-CN/assets/ETHEREUM/0x3b1417c1f204607deda4767929497256e4ff540c/1> Erişim Tarihi: 17.05.2023).
- (<https://cryptoticker.io/en/how-to-buy-wagmi-nft-easy-guide/> Erişim Tarihi: 17.05.2023).
- (<https://www.mancity.com/news/club/city-puma-announce-nft-drop-9320-63787777> Erişim Tarihi: 17.05.2023).
- (<https://about.puma.com/en/newsroom/brand-and-product-news/2022/09-07-2022-puma-black-station> Erişim Tarihi: 17.05.2023).
- (<https://hypebeast.com/2022/9/puma-metaverse-experience-exclusive-nfts-ny-fw> Erişim Tarihi: 17.05.2023).

(<https://boardroom.tv/puma-nft-collection-75th-anniversary/> Erişim Tarihi: 17.05.2023).

(<https://www.binance.com/en/news/flash/7402961> Erişim Tarihi: 17.05.2023).

(<https://www.ledgerinsights.com/under-armour-launched-nft-with-step-hen-curry-as-in-game-asset-for-3-metaverses/> Erişim Tarihi: 20.05.2023).

(<https://about.underarmour.com/en/stories/2022/06/curry-brand-launches-largest-branded-cross-community-nft-project.html> Erişim Tarihi: 20.05.2023).

(<https://www.rfox.com/blogs/reebok-and-a-ap-nast-drop-limited-edition-nfts-on-rfoxs-nft-platform-all-minted-in-under-5-minutes> Erişim Tarihi: 20.05.2023).

(<https://blog.sportheroes.com/sports-brands-that-are-experimenting-with-nfts-and-the-metaverse> (Erişim Tarihi: 20.05.2023)).

(<https://blog.cryptoflies.com/sports-brand-mizuno-goes-nft-launches-nft-collection/> Erişim Tarihi: 20.05.2023).