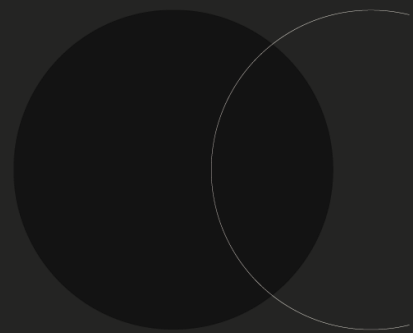




obchodník
roka 2024

Tlačová správa



dm drogerie markt sa stala absolútnym víťazom 12. ročníka ocenenia Mastercard Obchodník roka

Bratislava
24. apríla 2025

- **dm drogerie markt oslavuje triumf ako absolútny víťaz prestížneho ocenenia Mastercard Obchodník roka.**
- **Ako svojho favorita si zákazníci hlasovaním v kategórii Cena verejnosti vybrali spoločnosť Lidl.**
- **Víťazmi sortimentných kategórií sú ALLTOYS, Alza.sk, Bistro, Bonprix, Deichmann, dm drogerie markt, Dr. Max, IKEA, Kaufland, Lidl, Martinus, NAY, OBI, Slovnaft, Sportissimo a Super zoo.**
- **V kategórii odbornej poroty Inovátor v obchode zvíťazila spoločnosť COOP Jednota Slovensko.**

„Prestížne ocenenie Mastercard Obchodník roka vyzdvihuje tých najlepších obchodníkov v slovenskom maloobchode. Spokojný zákazník je pre každého obchodníka najväčšou hodnotou a úspech v súťaži potvrdzuje ich výnimočnú prácu,“ povedal Martin Dolejš, riaditeľ rozvoja obchodu pre akceptáciu spoločnosti Mastercard pre Českú republiku a Slovensko. „Maloobchodný trh sa neustále vyvíja a podnikatelia na tieto zmeny reagujú zavádzaním inovatívnych riešení. Skvelým dôkazom je množstvo inšpiratívnych projektov prihlásených do kategórie odbornej poroty Inovátor v obchode,“ dodal Dolejš.

Víťazi sortimentných kategórií a absolútny víťaz ocenenia Mastercard Obchodník roka 2024 boli určení na základe reprezentatívneho prieskumu. Hodnotenie vychádzalo z dvoch kľúčových skupín faktorov: pozície na trhu a dôvery zákazníkov. Celkový index spolu s týmito faktormi odrážajú aktuálnu situáciu na trhu a postavenie obchodníka v konkurenčnom prostredí.

Absolútny víťaz ocenenia Mastercard Obchodník roka 2024

1. miesto

dm drogerie markt

Absolútnym víťazom ocenenia Mastercard Obchodník roka sa stáva obchodník, ktorý dosiahne najvyššie celkové skóre vo všetkých kategóriách reprezentatívneho výskumu. Tento titul si zaslúžene odnáša **dm drogerie markt**, ktorá postúpila z minuloročného druhého miesta. Sieť drogérií dlhodobo posilňuje najmä v parametre dôvery – je celkovo najlepšie hodnoteným obchodníkom vo všetkých sledovaných kategóriách naprieč celým trhom. Teší sa veľmi vysokej ochote svojich zákazníkov ju ďalej odporúčať a má tiež jedno z najvyšších skóre na trhu v atribúte naplnenia zákazníckych očakávaní.

„Ďakujeme za túto silnú motiváciu a ďakujeme všetkým, čo u nás nakupujú a majú nás radi. Toto ocenenie je veľmi pozitívnou spätnou väzbou na naše úsilie približovať sa zákazníkovi, navyše je to aj príjemný darček k tridsiatym narodeninám dm na Slovensku,“ vyjadril vďaka konateľ dm drogerie markt Martin Podhradský.

2. miesto

Dr. Max

Na striebornej pozícii v kategórii Absolútny víťaz sa umiestnila sieť lekární Dr. Max. Na druhé miesto sa dostáva predovšetkým vďaka stabilne silnej pozícii v dvoch kľúčových parametroch – je veľmi silná v zapamätateľnosti a zároveň sa opiera o širokú základňu lojálnych zákazníkov. V oboch týchto oblastiach patrí medzi absolútnu špičku nielen vo svojej kategórii, ale aj naprieč celým trhom.

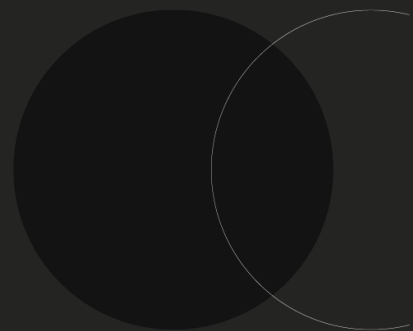
3. miesto

Martinus

Tretie miesto v celkovom poradí obsadilo kníhkupectvo Martinus. Tento obchodník patrí k najvýraznejším značkám na trhu – v parametre zapamätateľnosti je druhý najlepší, čo znamená, že ho pozná takmer každý, kto nakupuje v tejto kategórii. Martinus sa tiež teší vysokej dôvere zákazníkov a medziročne mierne posilňuje v oblasti lojality.



Tlačová správa



Cena verejnosti – hlasovanie zákazníkov

Cena verejnosti patrí medzi najprestížnejšie kategórie, ktorá umožňuje zákazníkom internetovým hlasovaním rozhodnúť, kto podľa nich ovplyvňuje štandardy na trhu a kto sa stáva ich „love brandom“. Svoje vlašajšie prvenstvo v tejto kategórii úspešne obhájil Lidl Slovenská republika. Každý hlasujúci mal k dispozícii 6 bodov, ktoré mohol rozdeliť medzi svojich troch najobľúbenejších obchodníkov. Lidl si zabezpečil prvé miesto s celkovým ziskom 37 109 bodov. Na druhom mieste skončil Kaufland s 18 303 bodmi a za ním Alza.sk, ktorá získala 17 694 bodov.

„Zisk každého ocenenia, o ktorom rozhodli zákazníci, je pre nás dôkazom, že našu prácu robíme dobre. Cenu verejnosti v rámci súťaže Mastercard Obchodník roka sme získali už dvanásťkrát, čo je zároveň obrovským záväzkom aj do budúcnosti. Nie je jednoduché stať sa prvou voľbou, ale ešte väčšou výzvou je udržať si túto pozíciu. Vďaka patrí všetkým zamestnankyniam a zamestnancom, ktorí denne a už viac ako dvadsať rokov robia Lidl tým, čím je,“ povedala Renáta Šandorová, ktorá si v máji v Lidl Slovenská republika prevezme pozíciu konateľky pre administratívu.

Kategória odbornej poroty – Inovátor v obchode

Inovátor v obchode oceňuje spoločnosti, ktoré v roku 2024 priniesli na slovenský trh tie najodvážnejšie a najprogresívnejšie inovácie. Či už išlo o nové technológie prínosné pre zákazníkov i firmy, inovatívne predajné koncepty, revolučné platobné systémy alebo projekty zamerané na praktické využitie princípov ESG. Odborná porota (zloženie odbornej poroty viď príloha 3 tlačovej správy) starostlivo posúdila všetky projekty a vybrala troch finalistov – COOP Jednota Slovensko, Munch Europe a Niceboy. Tí sa stretli o hlavnú cenu pri verejnej prezentácii na najväčšej obchodnej konferencii na Slovensku New Retail Summit. Víťaza zvolili účastníci konferencie svojím hlasovaním. Stala sa ním spoločnosť COOP Jednota Slovensko.

Finalisti kategórie odbornej poroty – Inovátor v obchode

COOP Jednota Slovensko: 24/7 – predajne budúcnosti

COOP Jednota ako prvý obchodný reťazec na Slovensku sprístupnil bezobslužné predajne v režime 24/7, čím prináša flexibilné nakupovanie bez obmedzení. Zákazníci sa do predajne dostanú prostredníctvom aplikácie COOP Jednota Klub, kde si overia svoju totožnosť a získajú QR kód pre vstup. Bezpečnosť a plynulý chod zabezpečuje sofistikovaný kamerový systém s AI, ktorý monitoruje priebeh nákupov a rieši neštandardné situácie. Tento model prináša benefity nielen zákazníkovi, ale aj obchodníkovi a zamestnancom – umožňuje optimalizáciu nákladov, udržateľnosť a dostupnosť predajní aj v menších obciach.

Munch Europe: Munch aplikácia – riešenie pre znižovanie plytvania potravinami

Munch aplikácia prepája potravinárske prevádzky s uvedomelými spotrebiteľmi a pomáha znižovať plytvanie jedlom, ktoré je zodpovedné za 8–10 % emisií skleníkových plynov. Vďaka iniciatíve Munch sa na Slovensku v minulom roku podarilo zachrániť viac ako 31 000 potravinových balíčkov, čo predstavuje 26 ton jedla a ekvivalent 233+ ton nevyprodukovaných skleníkových plynov. Aplikácia už spolupracuje s takmer 200 partnermi a plánuje ďalšie rozšírenie do supermarketov a nových prevádzok. Hlavným cieľom je pokrytie celého Slovenska, aby bolo jej užívanie dostupné pre čo najviac užívateľov.

Niceboy: Niceboy Pay – revolúcia v bezkontaktných platbách

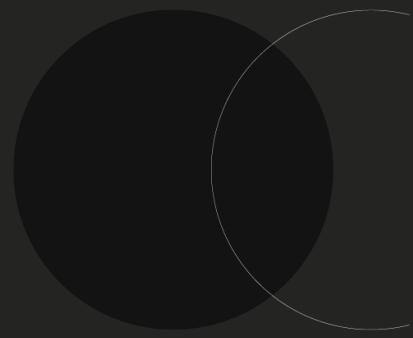
Niceboy Pay prináša na slovenský trh inovatívne riešenie bezhotovostných platieb prostredníctvom nositeľnej elektroniky. Projekt zahŕňa inteligentný platobný prsteň Niceboy ONE, štýlový náramok Infinity v spolupráci so značkou Furiosa, detský platobný náramok ONE Spark a inteligentné hodinky Niceboy WATCH. Projekt ukazuje, že inovácie v elektronike nie sú len doménou nadnárodných značiek, ale môžu ich priniesť aj lokálni hráči. Budúce plány zahŕňajú nové dizajny, použitie vzácnych kovov a vývoj inteligentného prsteňa kombinujúceho platby so zdravotnými funkciami.

Viac informácií k výsledkom 12. ročníka ocenenia Mastercard Obchodník roka 2024 nájdete v prílohách tlačovej správy.



obchodník
roka 2024

Tlačová správa



- Príloha tlačovej správy 1.** Celkový prehľad víťazov ocenenia Mastercard Obchodník roka 2024
Príloha tlačovej správy 2. Podrobné výsledky obchodníkov v sortimentných kategóriách
Príloha tlačovej správy 3. Zloženie odbornej poroty kategórie Inovátor v obchode

V prípade záujmu o ďalšie informácie kontaktujte prosím:
Ogilvy, Lucie Pavlů, e-mail: lucie.pavlu@ogilvy.com

Prílohy tlačovej správy

PRÍLOHA TLAČOVEJ SPRÁVY 1.

Víťazi 12. ročníka ocenenia Mastercard Obchodník roka 2024

Absolútny víťaz	dm drogerie markt
Cena verejnosti	Lidl Slovenská republika
Obchodník roka s potravinami	Kaufland Slovenská republika
Obchodník roka s drogériou a parfumériou	dm drogerie markt
Obchodník roka s odevmi	Bonprix
Obchodník roka s obuvou	Deichmann
Obchodník roka so športovými potrebami	Sportisimo
Obchodník roka s elektronikou	NAY
Obchodník roka pre dom a záhradu	OBI
Obchodník roka s nábytkom a bytovými doplnkami	IKEA Slovenská republika
Obchodník roka s chovateľskými potrebami	Super zoo
Obchodník roka s knihami	Martinus
Obchodník roka s hračkami	ALLTOYS
Čerpacia stanica roka	Slovnaft
Lekárň roka	Dr. Max
E-shop roka	Alza.sk
Doručenie jedla a potravín	Bistro
Inovátor v obchode	COOP Jednota Slovensko

Prílohy tlačovej správy

PRÍLOHA TLAČOVEJ SPRÁVY 2.

Sortimentné kategórie 12. ročníka ocenení Mastercard Obchodník roka 2024

Tohtoročný ročník ocenenia Mastercard Obchodník roka prináša **niekoľko novinek** v sortimentných kategóriách. Prvýkrát v histórii súťažila v kategórii Obchodník roka s potravinami spoločnosť **Kaufland**. Medzi top 3 sa po prvýkrát prebojovala značka **F&F** v kategórii odevy a spoločnosť **Nike** v kategórii Obchodník roka so športovými potrebami.

Podrobné výsledky sortimentných kategórií

Kaufland zvíťazil v kategórii **Obchodník roka s potravinami** najmä vďaka svojej silnej zapamätateľnosti – spontánne ho uviedlo 58 % respondentov, ktorí nakupujú potraviny. Podiel zákazníkov, pre ktorých je Kaufland hlavným miestom nákupu v tejto oblasti, dosahuje 44 %. Druhý sa umiestnil Lidl a tretí Tesco.

Víťazom kategórie **Obchodník roka s drogeriou a parfumériou** sa stala **dm drogerie markt**. Ta vyniká v povedomí o značke – vybavilo si ju 72 % respondentov nakupujúcich tento sortiment. Zákazníci, ktorí považujú dm drogerie markt za svoje hlavné miesto nákupu, tvoria 71 %. Na druhom mieste je Drogeria TETA a na treťom Notino.

Titul **Obchodník roka so športovými potrebami** získalo **SPORTISIMO**, ktoré exceluje v parametri zapamätateľnosti – automaticky ho uviedlo 57 % respondentov nakupujúcich tento sortiment. Pre 55 % zákazníkov je SPORTISIMO hlavným miestom nákupu športových potrieb. Druhý sa umiestnil Decathlon a tretí Nike.

NAY sa stal víťazom v kategórii **Obchodník roka s elektronikou**, pričom dosiahol vysokú úroveň v parametri zapamätateľnosti – prirodzene si ho vybavilo 74 % respondentov. NAY je hlavným miestom nákupu elektroniky pre 52 % zákazníkov. Na druhom mieste je Alza a na treťom Planeo.

Svoje minuloročné víťazstvo v kategórii **Obchodník roka s obuvou** obhájil **Deichmann**, a to vďaka parametru zapamätateľnosti, keď ho spontánne uviedlo 56 % respondentov. Podiel zákazníkov, pre ktorých je Deichmann hlavným miestom nákupu obuvi, predstavuje 60 %. Druhá sa umiestnila spoločnosť CCC a tretia eobuv.sk.

OBI sa stalo víťazom v kategórii **Obchodník roka pre dom a záhradu**. Zabodovalo najmä v parametri zapamätateľnosti, keď si ho vybavilo 54 % respondentov nakupujúcich daný sortiment. Pre 51 % zákazníkov je OBI hlavným miestom nákupu potrieb pre dom a záhradu. Druhý je Hornbach a tretí Merkury Market.

V kategórii **Obchodník roka s nábytkom a bytovými doplnkami** zvíťazila **IKEA**, ktorá vyniká v povedomí o značke – prirodzene ju uviedlo 39 % respondentov. Podiel zákazníkov, pre ktorých je IKEA hlavným miestom nákupu nábytku a bytových doplnkov, predstavuje 49 %. Na druhom mieste je JYSK a na treťom Merkury Market.

Na prvom mieste v kategórii **Obchodník roka s odevmi** sa umiestnila spoločnosť **Bonprix**. Podiel zákazníkov, pre ktorých je Bonprix hlavným miestom nákupu oblečenia, predstavuje 33 %. Spontánne značku uviedlo 9 % respondentov nakupujúcich tento sortiment. Druhá je spoločnosť Sinsay a tretia značka F&F.

Víťazom v kategórii **Čerpacia stanica roka** sa stal **Slovnaft**. Bodoval najmä v parametri zapamätateľnosti, keď ho bez váhania uviedlo 66 % respondentov. Pre 55 % zákazníkov je Slovnaft hlavným miestom nákupu paliva. Na druhom mieste je Shell a na treťom OMV.

V kategórii **Obchodník roka s knihami** obhájil svoje víťazstvo **Martinus**. Podiel zákazníkov, pre ktorých je Martinus hlavným miestom nákupu kníh, predstavuje 66 %. Vyniká aj v parametri zapamätateľnosti. Automaticky ho uviedlo 75 % respondentov. Druhý je Panta Rhei a tretí Knihy pre každého.

Titul **Lekárne roka** získala sieť lekární **Dr. Max**. Tá sa umiestnila na 1. mieste v parametri zapamätateľnosti. Automaticky ju uviedlo 81 % respondentov. Pre 78 % zákazníkov je Dr. Max hlavným miestom nákupu v tejto kategórii. Na druhom mieste je Benu a na treťom Pilulka.

Prílohy tlačovej správy

V kategórii **E-shop roka** zvíťazila **Alza.sk**. Tá zabodovala najmä v parametri zapamätateľnosti – okamžite ju uviedlo 41 % respondentov. Pre 45 % zákazníkov je Alza hlavným miestom nákupu v online prostredí. Druhý sa umiestnil Mall.sk a tretí NAY.sk.

Titul **Obchodník roka s chovateľskými potrebami** získalo **Super zoo**, ktoré vyniká v zapamätateľnosti – spontánne ho uviedlo 32 % respondentov. Pre 73 % zákazníkov je Super zoo hlavným miestom nákupu chovateľských potrieb. Druhý je Zoohit a tretí Petcenter.

Spoločnosť **ALLTOYS** sa umiestnila prvá v kategórii **Obchodník roka s hračkami**. Je silná v parametri zapamätateľnosti, spontánne ju uviedlo 24 % respondentov, ktorí nakupujú tento sortiment. Podiel zákazníkov, pre ktorých je ALLTOYS hlavným miestom nákupu hračiek, predstavuje 21 %. Na druhom mieste je Albi a treťom RajHraciek.sk.

V kategórii **Doručenie jedla a potravín** zvíťazilo **Bistro**. Zabodovalo v povedomí o značke – spontánne ho uviedlo 26 % respondentov nakupujúcich tento sortiment. Podiel zákazníkov, pre ktorých je Bistro hlavným miestom nákupu v tejto kategórii, predstavuje 61 %. Druhé je Tesco a tretí Wolt.

Prílohy tlačovej správy

PRÍLOHA TLAČOVEJ SPRÁVY 3.

Zloženie odbornej poroty kategórie Inovátor v obchode

- Martin Krajčovič, predseda, Slovenská aliancia moderného obchodu
- Filip Kasana, prezident, Zväz obchodu SR
- Katarína Zvarová, produktový senior manager, oddelenie služieb ATM a POS, Tatrabanka
- Peter Gereg, líder pre platobné riešenia, 365.bank
- Andrea Šipošová, VUB
- Lucia Borčinová, manažérka, oddelenie akceptácie platobných kariet a hotovostných služieb, ČSOB
- Tomáš Ulej, manažér Explore tímu, Martinus
- Tatiana Kapitánová, redaktorka, Tovar a predaj
- Juraj Porubský, novinár, bývalý šéfredaktor Forbes Slovensko
- Martin Dolejš, riaditeľ rozvoja obchodu pre akceptáciu, Mastercard Česká republika a Slovensko
- Tomáš Večerek, manažér pre vzťahy s obchodníkmi, Mastercard Česká republika a Slovensko