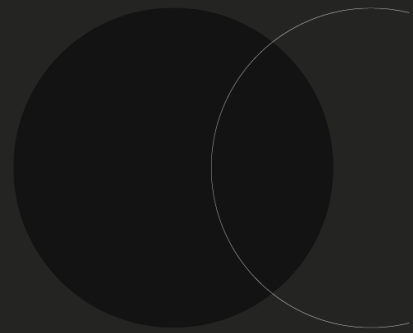




obchodník  
roka 2025

# Tlačová správa



## Spoločnosť dm drogerie markt opäť dominovala v ocenení Mastercard Obchodník roka a obhájila titul absolútneho víťaza 13. ročníka

Bratislava  
15. apríla 2026

- **dm drogerie markt oslavuje úspech ako absolútny víťaz prestížneho ocenenia Mastercard Obchodník roka.**
- **Zákazníci si v hlasovaní v kategórii Cena verejnosti zvolili za svojho favorita Lidl.**
- **Víťazmi sortimentných kategórií sa stali Albi, Alza, Bistro, Booking.com, Decathlon, Deichmann, dm drogerie markt, Dr. Max, IKEA, Kaufland, Martinus, NAY, OBI, Sinsay, Slovnaft a Super zoo.**
- **V kategórii odbornej poroty Inovátor v obchode zvíťazila spoločnosť COOP Jednota Prievidza.**

„Ocenenie Mastercard Obchodník roka už dlhodobo potvrdzuje, že slovenský maloobchod si v rámci regiónu zachováva svoju dynamiku. Obchodníci dnes nielen reagujú na zmeny v správaní zákazníkov, ale ich aj aktívne formujú – prostredníctvom inovácií v oblasti digitálnych platieb, personalizácie služieb a zákazníckej skúsenosti. Potvrdzuje to aj celý rad zaujímavých projektov prihlásených do kategórie odbornej poroty Inovátor v obchode,“ uviedol Martin Dolejš, riaditeľ pre rozvoj predaja Mastercard pre Česko a Slovensko.

„Na vývoj trhu reagujeme úpravou súťažných kategórií. Tento rok sme medzi ne po novom zaradili aj oblasť cestovania. Ide o jeden z najrýchlejšie sa rozvíjajúcich segmentov, ktorý zároveň veľmi pružne reaguje na rastúce očakávania zákazníkov, pokiaľ ide o kvalitu a rozsah poskytovaných služieb,“ povedal Tomáš Večerek, manažér pre vzťahy s obchodníkmi spoločnosti Mastercard pre Česko a Slovensko.

Víťazi sortimentných kategórií i absolútny víťaz ocenenia Mastercard Obchodník roka 2025 vzišli z reprezentatívneho prieskumu. Hodnotenie vychádzalo z dvoch kľúčových skupín faktorov: pozície na trhu a dôvery zákazníkov. Celkový index spolu s týmito faktormi verne odráža aktuálnu situáciu na trhu a postavenie jednotlivých obchodníkov v konkurenčnom prostredí.

### Absolútny víťaz ocenenia Mastercard Obchodník roka 2025

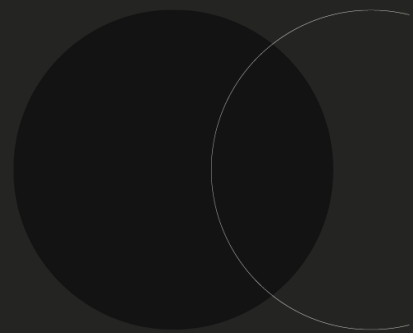
#### 1. miesto dm drogerie markt

Titul absolútneho víťaza získava obchodník s najvyšším celkovým skóre naprieč všetkými kategóriami reprezentatívneho prieskumu. V roku 2025 sa ním stala spoločnosť dm drogerie markt, ktorá tak úspešne obhájila minuloročné prvenstvo. Vynikla v dvoch z troch kľúčových parametrov hodnotenia – v lojalite zákazníkov a v silnej dôvere, pričom zároveň patrí medzi najznámejšie značky na trhu. Zákazníci vnímajú dm drogerie markt ako značku, ktorá prináša komplexné a kvalitné služby a ich očakávania nielen naplňa, ale ich neraz aj prekonáva.

„Toto ocenenie má pre nás veľkú hodnotu, pretože vychádza priamo z názorov a reálnej skúsenosti našich zákazníkov. Ďakujeme im, že nám dôverujú a nakupujú u nás. Naďalej robíme všetko pre to, aby sme im boli čo najbližšie a ponúkali im služby, ktoré z nakupovania v dm robia zážitok, aký inde nenájdu,“ povedal Martin Podhradský, konateľ dm drogerie markt.



# Tlačová správa



## 2. miesto

### Dr. Max

Na druhom mieste v kategórii Absolútny víťaz sa umiestnila sieť lekární Dr. Max. Túto pozíciu si upevnila najmä vďaka dlhodobu silnému postaveniu v dvoch z troch kľúčových parametrov – v zapamätateľnosti a lojalite. V oboch patrí k špičke nielen vo svojej kategórii, ale aj na celom trhu.

## 3. miesto

### Martinus

Tretie miesto v celkovom poradí obsadilo kníhkupectvo Martinus. Ide o jednu z najvýraznejších značiek na trhu – v parametri zapamätateľnosti dosahuje druhý najlepší výsledok, čo znamená, že ho pozná takmer každý, kto v tejto kategórii nakupuje. Martinus sa zároveň teší vysokej dôvere zákazníkov.

## Cena verejnosti – hlasovanie zákazníkov

Cena verejnosti patrí medzi najprestížnejšie kategórie ocenenia a dáva zákazníkovi možnosť rozhodnúť internetovým hlasovaním o tom, kto podľa nich udáva štandardy na trhu a stáva sa ich skutočným „lovebrandom“. Svoje minuloročné prvenstvo v tejto kategórii úspešne obhájil Lidl Slovenská republika. Každý hlasujúci mal k dispozícii 6 bodov, ktoré mohol rozdeliť medzi troch svojich najobľúbenejších obchodníkov. Lidl získal prvé miesto s celkovým počtom 34 789 bodov. Na druhom mieste skončil COOP Jednota s 20 341 bodmi, za ním nasledoval Kaufland s 19 801 bodmi.

*„Nesmierne nás teší, že Slováci v tom majú už roky jasno: Lidl sa jednoducho oplatí. Našou silou je nekompromisná kvalita za najnižšiu cenu, silné vlastné značky a akcie, ktoré zákazníkov skutočne oslovujú. Všetko, čo robíme, robíme s ľuďmi a pre ľudí. Preto tento úspech venujem nášmu tímu v predajniach, logistických centrách a na centrále – je to vaša vášeň a každodenné nasadenie, ktoré budujú našu značku,“* povedala Justyna Siekanko, konateľka Lidl Slovenská republika.

## Kategória odbornej poroty – Inovátor v obchode

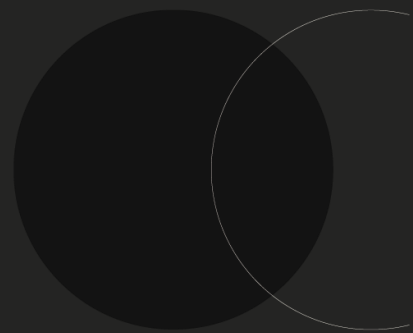
Kategória Inovátor v obchode oceňuje spoločnosti, ktoré v roku 2025 priniesli na slovenský trh tie najodvážnejšie a najprogresívnejšie inovácie. Či už išlo o nové technológie s prínosom pre zákazníkov i firmy, inovatívne predajné koncepty, revolučné platobné systémy alebo projekty zamerané na praktické využitie princípov ESG. Odborná porota (jej zloženie nájdete v prílohe 3 tlačovej správy) starostlivo posúdila všetky prihlásené projekty a vybrala troch finalistov – COOP Jednotu Prievidza, Niceboy a Pilulku. Tí sa o hlavnú cenu uchádzali počas verejnej prezentácie na najväčšej obchodnej konferencii na Slovensku, New Retail Summit. Víťaza zvolili účastníci konferencie svojím hlasovaním. Stala sa ním spoločnosť **COOP Jednota Prievidza**.

## Finalisti kategórie odbornej poroty – Inovátor v obchode

### COOP Jednota Prievidza – Tempo Supermarket, moderný komunitný retail park v Prievidzi

Projekt premenil nevyužívaný areál v centre Prievidze na kompaktný retail park s komunitným rozmerom. Tempo Supermarket, doplnený o menšie prevádzky, prináša širšiu ponuku služieb i kvalitný verejný priestor na stretávanie a mestský život. Architektonicky citlivá drevostavba so zelenou strechou vracia do centra zeleň a podporuje udržateľnosť. Súčasťou konceptu je aj autonómna prevádzka 24/7 a integrácia moderných technológií. Ambíciou projektu je ďalej rozvíjať model udržateľného retailu a prenášať overené riešenia do ďalších predajní COOP Jednoty.

# Tlačová správa



## **Niceboy – Niceboy ONE Ultra, prvý smart prsteň s meraním zdravia a platbami na svete**

Niceboy ONE Ultra spája pokročilé meranie zdravia s bezkontaktnými platbami v jednom zariadení. Ako prvý smart prsteň svojho druhu na svete umožňuje platiť jednoduchým priložením ruky a zároveň sleduje spánok, stres, fyzickú aktivitu a množstvo ďalších užitočných ukazovateľov. Produkt vznikol viac ako 1,5 roka v spolupráci s bankami a technologickými partnermi, prešiel rozsiahlym testovaním a rýchlo si získal tisíce používateľov. Ambíciou značky je ďalej rozširovať podporu bánk, dizajnové varianty aj využitie AI pri vyhodnocovaní zdravotných dát.

## **Pilulka – Pilulka PRO & NutraRating, personalizovaná suplementácia postavená na dátach**

Pilulka lekární sa transformovali z klasického e-shopu na dátovo riadenú health-tech platformu zameranú na personalizovanú starostlivosť o zdravie. Kombinujú inteligentného sprievodcu, transparentné hodnotenie doplnkov výživy NutraRating a program Pilulka PRO, ktorý pracuje s reálnymi zdravotnými dátami a dlhodobou prevenciou. Toto riešenie zvyšuje návratnosť zákazníkov, hodnotu nákupného košíka a prináša jasnú konkurenčnú výhodu vďaka prepojeniu diagnostiky, dát a personalizovaných odporúčaní.

**Viac informácií o výsledkoch 13. ročníka ocenenia Mastercard Obchodník roka 2025 nájdete v prílohách tlačovej správy.**

**Príloha tlačovej správy 1:** Celkový prehľad víťazov ocenenia Mastercard Obchodník roka 2025

**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, prosím, kontaktujte:  
Ogilvy, Lucie Pavlů, e-mail: lucie.pavlu@ogilvy.com



# Prílohy tlačovej správy

## PRÍLOHA TLAČOVEJ SPRÁVY 1

### Vítazi 13. ročníka ocenenia Mastercard Obchodník roka

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

# Prílohy tlačovej správy

## PRÍLOHA TLAČOVEJ SPRÁVY 2

### Sortimentné kategórie 13. ročníka ocenenia Mastercard Obchodník roka 2025

Tohtoročné ocenenie Mastercard Obchodník roka prináša v sortimentných kategóriách **niekoľko novinek**. Po prvýkrát v histórii ocenenia zvíťazila v kategórii Obchodník roka so športovými potrebami spoločnosť **Decathlon**, rovnako ako spoločnosť **Sinsay** v kategórii Obchodník roka s odevmi. Medzi TOP 3 sa po prvý raz prebojovala aj značka **Sizeer** v kategórii obuvi a spoločnosť **Bookbot** v kategórii kníh.

### Podrobné výsledky sortimentných kategórií

**Kaufland** zvíťazil v kategórii **Obchodník roka s potravinami** najmä vďaka svojej silnej zapamätateľnosti – spontánne ho uviedlo 56 % respondentov, ktorí nakupujú potraviny. Podiel zákazníkov, pre ktorých je Kaufland hlavným miestom nákupu v tejto oblasti, dosahuje 46 %. Na druhom mieste sa umiestnil Lidl, tretie skončilo Tesco.

Víťazom kategórie **Obchodník roka s drogériou a parfumériou** sa stala **dm drogerie markt**. Tá vyniká v povedomí o značke – vybavilo si ju 70 % respondentov nakupujúcich tento sortiment. Zákazníci, ktorí považujú dm drogerie markt za svoje hlavné miesto nákupu, tvoria 77 %. Na druhom mieste je Drogeria TETA a na treťom Notino.

Titul **Obchodník roka so športovými potrebami** získal **Decathlon**. Pre 56 % zákazníkov je Decathlon hlavným miestom nákupu športových potrieb a 77 % zákazníkov uviedlo, že prekonal ich nákupné očakávania. Druhé miesto obsadilo Sportisimo, tretie Nike.

**NAY** sa stal víťazom v kategórii **Obchodník roka s elektronikou**, pričom dosiahol vysokú úroveň v parametri zapamätateľnosti – spontánne si ho vybavilo 77 % respondentov. NAY je hlavným miestom nákupu elektroniky pre 48 % zákazníkov. Na druhom mieste je Alza a na treťom Planeo.

Svoje minuloročné víťazstvo v kategórii **Obchodník roka s obuvou** obhájil **Deichmann**. Podiel zákazníkov, pre ktorých je Deichmann hlavným miestom nákupu obuvi, predstavuje 62 %. Až 80 % respondentov by tohto obchodníka odporučilo na nákup tohto sortimentu. Na druhom mieste sa umiestnila spoločnosť CCC, na treťom Sizeer.

**OBI** sa stalo víťazom v kategórii **Obchodník roka pre dom a záhradu**. Zabodovalo v parametri zapamätateľnosti, keď si ho prirodzene vybavilo 52 % 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 – spontánne ju uviedlo 36 % respondentov. Podiel zákazníkov, pre ktorých je IKEA hlavným miestom nákupu nábytku a bytových doplnkov, predstavuje 51 %. Na druhom mieste je JYSK a na treťom Möbelix.

Víťazom v kategórii **Čerpacia stanica roka** sa stal **Slovnaft**. Bodoval najmä v parametri zapamätateľnosti, keď ho bez váhania uviedlo 70 % respondentov. Pre 56 % zákazníkov je Slovnaft hlavným miestom nákupu paliva. Na druhom mieste je Shell a na treťom OMV.

## Prílohy tlačovej správy

V kategórii **Obchodník roka s knihami** obhájil svoje víťazstvo **Martinus**. Podiel zákazníkov, pre ktorých je Martinus hlavným miestom nákupu kníh, predstavuje 65 %. Vyniká aj v parametri zapamätateľnosti. Automaticky ho uviedlo 74 % respondentov. Druhý je Panta Rhei a tretí Bookbot.

Titul **Lekáreň roka** získala sieť lekární **Dr. Max**. Tá sa umiestnila vysoko v parametri zapamätateľnosti. Prírodzene ju uviedlo 80 % respondentov. Pre 81 % zákazníkov je Dr. Max hlavným miestom nákupu v tejto kategórii. Na druhom mieste je Benu a na treťom MojaLekáreň.

V kategórii **E-shop roka** zvíťazila **Alza.sk**. Patrí medzi najznámejších obchodníkov vo svojej kategórii, pre 55 % zákazníkov je Alza hlavným miestom nákupu v online prostredí a 84 % respondentov by tento e-shop odporučilo na nákup. Na druhom mieste sa umiestnilo Notino a na treťom Heureka.

Na prvom mieste v kategórii **Obchodník roka s odevmi** sa umiestnila spoločnosť **Sinsay**. V rámci kategórie ide o dobre známu značku s lojálnymi zákazníkmi. Na druhom mieste je spoločnosť Zalando a na treťom About You.

Titul **Obchodník roka s chovateľskými potrebami** získalo **Super zoo**. Pre 72 % zákazníkov je Super zoo hlavným miestom nákupu chovateľských potrieb a spontánne ho uviedlo 35 % respondentov. Druhý je Zoohit a tretí Petcenter.

Spoločnosť **Albi** sa umiestnila na prvom mieste v kategórii **Obchodník roka s hračkami**. Spoločnosť posilnila najmä v parametri lojality – pre väčší podiel zákazníkov je tento obchodník hlavným miestom nákupu v rámci svojej kategórie (29 %). Na druhom mieste je Sparkys a na treťom RajHraciek.sk.

V kategórii **Doručenie jedla a potravín** zvíťazilo **Bistro**. V rámci kategórie dosahuje najvyššiu lojalitu aj dôveru svojich zákazníkov. Podiel zákazníkov, pre ktorých je Bistro hlavným miestom nákupu v tejto kategórii, predstavuje 62 %. Na druhom mieste je Tesco a na treťom Wolt.

V novej kategórii **Obchodník roka v oblasti cestovania** zvíťazila spoločnosť Booking.com. Podiel zákazníkov, pre ktorých je tento obchodník hlavným miestom nákupu v danej oblasti, predstavuje 73 %. Na druhom mieste je DER Touristik a na treťom Satur.



# 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
- Renáta Peťovská, riaditeľka sekcie obchodu a rozvoja maloobchodnej siete, COOP Jednota Slovensko
- Andrea Šipošová, Head of Cards, VÚB
- Lucia Borčinová, manažérka, oddelenie akceptácie platobných kariet a hotovostných služieb, ČSOB
- Juraj Porubský, MIT Sloan Management Review
- Simona Gulisová, redaktorka, Forbes Slovensko
- Martin Dolejš, riaditeľ pre rozvoj obchodu v oblasti akceptácie, Mastercard pre Česko a Slovensko
- Tomáš Večerek, manažér pre vzťahy s obchodníkmi, Mastercard pre Česko a Slovensko