

Bratislava, 30. septembra 2026

Nivy majú päť rokov. Z pandémie medzi TOP 5 v strednej Európe

Nivy centrum otvorilo 30. septembra 2021 počas pandémie. O päť rokov neskôr si udržiava návštevnosť nad hranicou 20 miliónov ľudí ročne, pričom za celý rok 2026 očakáva rekordných 20,7 milióna návštev. Jeho pevné postavenie na trhu potvrdzuje prieskum Market Vision, podľa ktorého sú Nivy prvou voľbou 20 % obyvateľov Bratislavského kraja. Pozitívny vývoj dokladá aj medziročný rast celkových tržieb o 5 % v prvom polroku 2026.

Od otvorenia počas pandémie medzi najnavštevovanejšie centrá strednej Európy

Nivy otvorili svoje brány 30. septembra 2021 v čase, keď rúška, obmedzenia a neistota patrili ku každodennému životu. Zároveň vrcholila diskusia o tom, či online nákupy postupne nevytlačia klasické kamenné predajne. Prvé dni však ukázali, že sa ľudia kamenných obchodov nevzdali. Už počas prvého týždňa prišlo na Nivy približne 330-tisíc návštevníkov a hranicu prvého milióna návštev Nivy prekonal za 24 dní. Za celý rok 2026 Nivy predpokladajú návštevnosť na úrovni rekordných 20,7 milióna návštev. Tieto výsledky zároveň radia Nivy medzi najnavštevovanejšie nákupné centrá v strednej Európe.

„Budovu môžete roky projektovať, ale až desiatky miliónov reálnych návštev vás naučia, ako skutočne funguje. Nivy centrum sledujeme a skúmame neustále. Prispôbujeme sa situácii v čase, sťahujeme nájomcov, meníme dispozíciu nájomných jednotiek, spájame či rozdeľujeme jednotlivé komodity aj služby. Je to vývoj, ktorý sa nikdy neskončí. Chceme byť stále lepší v tom, čím sú Nivy už dnes,“ hovorí Ján Harom, riaditeľ Nivy centra.

Rast tržieb aj silné výsledky jednotlivých prevádzok

Celkové tržby Nív vzrástli v prvom polroku medziročne o 5 %. Silné výsledky dosahujú aj jednotlivé prevádzky. McDonald's na Nivách zaznamená ročne 850-tisíc transakcií a smeruje k hranici jedného milióna. Lindex má na Nivách tretiu najúspešnejšiu predajňu zo svojich 435 európskych prevádzok. Mimoriadne výsledky dosahuje aj dm drogerie markt. Na Nivách otvorila práve v deň otvorenia centra svoju vtedajšiu 160. slovenskú predajňu. S plochou takmer 646 m² bola v tom čase najväčšou predajňou na Slovensku a dodnes patrí medzi vlajkové predajne siete.

„Záujem o predajňu dm na Nivách je obrovský. Denne ju navštívi v priemere až päťkrát viac zákazníkov, ako je náš celoslovenský priemer. Aby sme im zabezpečili špičkový servis, stará sa o nich trojnásobne väčší tím spolupracovníkov v porovnaní s inými dm predajňami,“ hovorí Nicol Noseková, Komunikácia / Marketing a nákup, dm drogerie markt.

Retail sa mení, pribúdajú flexibilnejšie formáty

Obavy, že kamenné obchody stratia priazeň zákazníkov, sa nenaplnili. Zmenila sa však ich úloha. Pred piatimi rokmi sa retailový sektor pýtal, či kamenné predajne prežijú prudký rast e-commerce. Úspešné

značky dnes prepájajú online a kamenný predaj. Fyzická prítomnosť pritom nemusí znamenať iba klasickú dlhodobú predajňu. **„Hybridné koncepty sa stali víťazmi. Fyzická predajňa a e-commerce už podľa mňa nie sú konkurenti. Sú to dve časti jedného biznis modelu a tie najlepšie značky ich už neoddeľujú. Neoddeľuje ich ani zákazník. Rozoznáva iba dobrú alebo zlú skúsenosť,“** vysvetľuje Ján Harom.

Nivy preto chcú v ďalšom období vo väčšej miere ponúkať priestor aj pre pop-up prevádzky, uvedenia produktov, sampling, podujatia a ďalšie krátkodobé aktivity značiek. Nivy pritom nie sú pre značky zaujímavé len vysokou návštevnosťou. Podľa aktuálneho prieskumu Market Vision Slovakia¹ ich 20 % respondentov považuje za svoju prvú voľbu a 22 % uvádza, že práve v tomto centre za posledných šesť mesiacov podľa vlastného odhadu minuli najviac peňazí. Výhodou Nív je najmä kombinácia obchodov a služieb s dobrou dopravnou dostupnosťou. **„Blížime sa k plnej prenajatosti a priestor pre nové trvalé prevádzky je preto prirodzene čoraz obmedzenejší. Aj preto chceme viac pracovať s pop-upmi a krátkodobými formátmi, ktoré nám umožnia prinášať na Nivy nové značky,“** dopĺňa Ján Harom.

Nové značky rozširujú ponuku Nív

Popri flexibilnejších formátoch Nivy rozširujú aj ponuku stálych prevádzok. Do konca roka by mali pribudnúť napríklad SMYK s hračkami a detským sortimentom, slovenská značka minimalistických šperkov Bounty Boho, Voňavý domov s vôňami do prania a domácnosti, Head Spa so starostlivosťou o vlasy a relaxačnými procedúrami či Powerlogy s funkčnými potravinami a výživou. Rozšíri sa aj beauty štúdio De Rosé a gastro ponuku doplnia GROW so šalátmi, wrapmi, smoothies a kašami, Churros so sladkou streetfoodovou klasikou, Spaghetti Leviathan s čerstvými cestovinami a Edes s trdelníkmi, ako aj Rio Grill.

Kontakt pre médiá:

Roman Korenek
agentúra ReputationN
+421 911 019 992
korenek@reputationn.sk

¹ Údaje Market Vision Slovakia použité v tlačovej správe pochádzajú z kvantitatívneho CAWI prieskumu medzi 700 respondentmi z Bratislavského kraja vo veku 18 rokov a viac, reprezentatívneho z hľadiska veku, pohlavia a vzdelania. Zber aktuálnej vlny prebehol od 11. do 21. septembra 2026.