

# Zadnje četrletje za dnevnike ni bilo katastrofa

V zadnjem četrletju lani se je padanje naklad dnevnikom nekoliko ustavilo. Ljubljanski Dnevnik je povprečne prodane naklade po podatkih oglaševalske zbornice celo nekoliko povečal. Podatki so predstavljeni grafično. Z modro barvo je predstavljena celotna prodaja, z rdečo pa delež prodan naročnikom. Razlika je kolportaža (prodano na kioskih in sicer v prosti prodaji).