

Utdrag:

Mediaföretag driver opinion för vargen

I flera år har jag retat mig på att det i min egen morgontidning, NWT, flera gånger i veckan finns en annons från WWF som säger ”**Värna Vargen** och andra hotade arter”. Annonserna uppmanar läsaren att stödja WWF arbete genom att skänka pengar.

De första åren förundrades jag över hur WWF överhuvudtaget har råd att i all media runt om i landet dagligen sätta in annonser. Ofta är det stora annonser i tidningarna eller så dyker de upp mitt i artiklar på webben. Jag har t o m fått för mig att man medvetet lägger in WWF annonser i vargkritiska debattartiklar. Det tog flera år innan jag förstod att WWF inte alls betalar för annonserna. De har tagit fram ”pluggannonser” som media får använda som sponsring av WWF:s arbete. Det är knappast något man kan lasta WWF för. De har lyckats få media att gratis driva deras frågor!

Jag kollade på WWF:s hemsida efter pluggannonserna. Där hittar jag inte ens den annons som NWT använder. Dagens pluggannonser handlar uteslutande om djur i andra länder, som orangutanger, tigrar och elefanter. NWT:s annons för WWF verkar inte ens WWF vilja använda längre.

Värmland har Sveriges tätaste vargstam. Här finns närmare hälften av den Skandinaviska vargstammen. Fårägare överväger att lägga ner sin verksamhet p g a vargangrepp eller den ständiga oron för angrepp. Jägare vågar inte släppa sina hundar och de som ändå försöker riskerar att få sin hund dödad eller lemlästad. Vargen kostar markägarna 50 miljoner per år i förlorat jaktvärde. Mot den bakgrunden ska man se NWT:s kampanj, ”**VÄRNA VARGEN**”. Varje dag som NWT sätter in annonsen sponsrar de WWF med mellan 1500 och 2000 kronor. Samtidigt som jägare, djurägare och markägare förlorar mångmiljonbelopp, just på vargen.

Nu har NWT sponsrat en världsomspännande stiftelse utan medlemmar i många år. Nu är det dags att NWT börjar sponsra värmländska intressen på samma sätt. Vargstammen behöver inte värnas, den behöver begränsas. Det är en stor majoritet eniga om. Både i länet och i Sveriges riksdag. Jägareförbundet Värmland har därför tagit fram pluggannonser som NWT och andra media fritt får använda. Vi väljer att fokusera på de intressen vi företräder och givetvis på djurarter som inte bara värmlänningar gillar utan i också i allra högsta grad våra utländska besökare. Vi väljer därför att **VÄRNA ÄLGEN** och att **VÄRNA JAKTEN**. Både jakten och älgen är och har alltid varit viktiga för Värmland. 1000 utländska jägare brukar turistjaga i Värmland. Värmland riskerar nu att de väljer att jaga i andra län, nu när älgstammen viker och jaktutbytet blir minimalt. Att älgen i sig självt dessutom är en turistmagnet för Värmland råder det ingen tvekan om. Snart sagt varje tysk eller holländsk bil har en älgdekål. Nästan ingen har en motsvarande med varg.

Nästa vecka kommer Jägareförbundet Värmland att skicka ett brev till Nya Wermlandstidningens ansvarige utgivare med en uppmaning att sluta sponsra WWF med vargannonser. Nu vill vi se att om NWT står upp för länsinnevärnarnas intressen eller om man fortsatt väljer att driva vargkramarretorik, tvärt emot vad majoriteten av befolkningen önskar.

Lennart Johannesson

Ordförande Jägareförbundet Värmland