

**The new Audiovisual Media Services Directive as a missed opportunity in view of the protection of children and young people against harmful influences of advertisement in nowadays' media**

*Thomas Walter Haug*\*

**Abstract Deutsch**

Nun schon seit 20 Jahren beschäftigt die Fernseh-Richtlinie die europäische Gesetzgebung. Diese sollte dabei niemals ein reines Instrument für den Schutz der Verbraucher sein, sondern sollte vielmehr einen freien europaweiten Fernsehmarkt garantieren. Neben der Harmonisierung der einzelstaatlichen Rundfunkrechte musste als logische Konsequenz auch der Schutz von Kindern und Jugendlichen gegen schädliche Einflüsse des Fernsehens geregelt werden. Zu dieser Zeit entschied sich der EEC/EC für eine Mindestharmonisierung.

Im Verlauf der nächsten zwei Jahrzehnte änderten sich das technologische und gesellschaftliche Umfeld, was eine Überarbeitung der Fernseh-Richtlinie notwendig erscheinen ließ. Die daraufhin neu geschaffene Richtlinie zu audiovisuellen Mediendiensten gab beispielsweise durch Ausdehnung des Anwendungsbereiches der Richtlinie auf mehr als nur herkömmliche Fernsehdienste auf viele Probleme eine Antwort. Aus diesem Grund sind die Regeln hinsichtlich Werbung in einem weiteren Zusammenhang anzuwenden.

Trotz eines solchen erweiterten Anwendungsspielraumes und der Tatsache, dass der Verbraucherschutz auch durch andere Richtlinien, wie beispielsweise die Richtlinie gegen unlautere Geschäftspraktiken, garantiert wird, ist es der europäischen Gesetzgebung noch nicht gelungen, eine Antwort auf die Probleme von Übergewicht und Fettleibigkeit insbesondere von Kindern und Jugendlichen.

Gerade diese Einsicht ist besonders bedauerlich wenn man bedenkt, dass Übergewicht und Fettleibigkeit gegenwärtig die wohl größten Gesundheitsprobleme für die entwickelten Staaten bergen. Aus diesem Grund muss die neue Richtlinie zu audiovisuellen Mediendiensten als eine „verpasste Möglichkeit“ erachtet werden.

---

\* Master of Laws (by advanced studies in International Business Law), University of Exeter, England.

---

**Abstract English:**

The television directive has been the main attention of the European legislation for about 20 years. It was never a pure instrument for the protection of consumers but it should have ensured a free European television market. The protection of children and young people against harmful influences of the television had to be regulated as a logical annex whilst harmonising the national broadcast laws. At this time the EEC/EC chose the approach of minimum harmonisation.

In the course of the following two decades, the technological and the social environment have developed and the television directive thus had to be revised. The new Audiovisual Media Services Directive gave answers to many problems, e.g. whilst extending the scope of the directive to more than only conventional television. This is why the rules on advertisement have to be applied in a broader context.

Despite this broadening of the scope and despite the fact that consumer protection is also provided by other directives, as e.g. by the Directive against Unfair Commercial Practices, the European legislation has not found an answer to the problem of the overweight and the obesity of children and young people. This insight is particularly regrettable because overweight and obesity will probably be the largest health problem of developed countries in this (new) century. This is why the new Audiovisual Media Services Directive should be understood as a 'missed opportunity'.