

Leon Marcel Arno Kahl

Publizitätswirkungen im Fahrnisrecht



2024. XXX, 393 Seiten. HeiRA 24
erscheint im Mai

ISBN 978-3-16-163453-6
Leinen 114,00 €

ISBN 978-3-16-163454-3
eBook PDF 0,00 €

Dogmatisch wird die Publizität als Prinzip des Sachenrechts nur selten eingehend behandelt. Tatsächlich haben sich Besitz und Eigentum seit Erlass des BGB unentwegt auseinanderentwickelt. Leon Marcel Kahl dringt in diese beiden Lücken. Er entwickelt ein Alternativmodell zu den drei von Fritz Baur geprägten Publizitätswirkungen (Übertragungs-, Vermutungs-, Gutgläubenswirkung). Hiernach bezeichnen Publizitätswirkungen jeden Rechtsvorteil, der an einen erkennbaren Umstand – das Zeichen – knüpft und unabhängig von der materiellen Berechtigung der Parteien gilt. Damit ergeben sich die fünf Wirkungen Erwerb, Erfüllung, Forderung (Gutgläubenswirkungen), Vermutung und Vollstreckung (Umkehrungswirkungen). Der Autor unterbreitet zudem einen Vorschlag für ein Online-Register für bewegliche Sachen. Ein solches sollte aufgeteilt sein in ein Pfandregister zur Erleichterung von Rangkonflikten an nur schwer individualisierbaren Sachen und ein Vollregister, das sich eine Blockchain zunutze machen und sämtliche Publizitätswirkungen vorhalten kann.

Inhaltsübersicht

Kapitel 1: Einführung

- A. Warum Publizitätswirkungen im Fahrnisrecht?
- B. Vorgehensweise

Kapitel 2: Die Konzeption einer beschränkten sachenrechtlichen Publizität

- A. Der Publizitätsbegriff – Entwicklung und Abgrenzung
- B. Beschränkte sachenrechtliche Publizität im Überblick
- C. Warum das Sachenrecht beschränkter Publizität bedarf
- D. Die Eckpunkte beschränkter sachenrechtlicher Publizität
- E. Zusammenfassung

Kapitel 3: Die Wirkungen beschränkter sachenrechtlicher Publizität

- A. Die Erwerbswirkungen
- B. Die Erfüllungs- und Verfügungswirkungen
- C. Die Forderungswirkungen
- D. Die Vermutungswirkungen
- E. Die Vollstreckungswirkungen
- F. Zusammenfassung

Kapitel 4: Die Rechtfertigung der Publizitätswirkungen

- A. Die Rechtfertigung mittels drittföfentlichen Besitzes
- B. Die Rechtfertigung mittels für den Begünstigten erkennbaren Besitzes
- C. Der eindeutige Verweis des Besitzes auf ein bestimmtes Sachenrecht
- D. Die Herstellung von Publizität durch den Gleichlauf von Zeichen und Recht
- E. Gesamtschau: Güte und Mängel in der Rechtfertigung der Publizitätswirkungen

Kapitel 5: Ein neuer Rechtscheinträger für die Publizitätswirkungen?

- A. Register im geltenden Recht
- B. Grundlagen für den eigenen Ansatz eines Online-Registers
- C. Eigener Ansatz für ein Online-Register

Kapitel 6: Zusammenfassung der Ergebnisse

Leon Marcel Arno Kahl Geboren 1993; Studium der Rechtswissenschaft an der Universität Heidelberg und am Trinity College Dublin; Research Fellow am Max Planck Institute for Procedural Law (Luxemburg); Rechtsreferendariat am Landgericht Heidelberg; 2023 Promotion; Universitätsassistent (post doc) am Institut für Zivilverfahrensrecht der Universität Wien.
<https://orcid.org/0009-0009-9212-3545>

Jetzt bestellen:

https://www.mohrsiebeck.com/buch/publizitaetswirkungen-im-fahrnisrecht-9783161634536?no_cache=1
order@mohrsiebeck.com

Telefon: +49 (0)7071-923-17

Telefax: +49 (0)7071-51104