

Kahl

Publizitätswirkungen im Fahrnisrecht

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.

Cover

114,00 €

106,54 € (zzgl. MwSt.)

*sofort versandfertig, Lieferzeit: 1-3
Werktage*

Artikelnummer: 9783161634536

Medium: Buch

ISBN: 978-3-16-163453-6

Verlag: Mohr Siebeck

Erscheinungstermin: 06.06.2024

Sprache(n): Deutsch

Auflage: 1. Auflage 2024

Serie: Heidelberger

Rechtswissenschaftliche Abhandlungen

Produktform: Gebunden

Gewicht: 764 g

Seiten: 393

Format (B x H): 167 x 245 mm

