

INHOUDSOPGAVE

VOORWOORD	IX
DANKWOORD	XIII
INHOUDSOPGAVE	XVII
INLEIDEND DEEL. ONDERZOEKSOPZET	1
HOOFDSTUK 1. KEUZE VAN HET ONDERWERP	3
HOOFDSTUK 2. PROBLEEMSTELLING EN ONDERZOEKS- VRAGEN	4
HOOFDSTUK 3. ONDERZOEKSMETHODE	5
HOOFDSTUK 4. STRUCTUUR	10
DEEL I. ONROERENDE REGISTERPUBLICITEIT IN HET VERMOGENSRECHT	13
HOOFDSTUK 1. INLEIDING: PUBLICITEIT IN HET RECHT	15
HOOFDSTUK 2. ONROERENDE PUBLICITEIT IN HET VERMOGENSRECHT	16
AFDELING 1. BEGRIPSOMSCHRIJVING	16
AFDELING 2. BELEIDSMATIGE FUNCTIE VAN ONROERENDE PUBLICITEIT: <i>LAND GOVERNANCE</i>	19
AFDELING 3. VERMOGENSRECHTELIJKE FUNCTIE VAN ONROERENDE PUBLICITEIT: <i>ERGA OMNES</i> -EFFECT VAN ZAKELIJKE RECHTEN	25
AFDELING 4. SYMBIOSE VAN DE BELEIDSFUNCTIE EN DE VERMOGENSRECHTELIJKE FUNCTIE VAN ONROERENDE PUBLICITEIT: RECHTSZEKERHEID VOOR TITULARISSEN VAN ZAKELIJKE RECHTEN EN DERDEN	34
AFDELING 5. CONCLUSIE: ONROERENDE PUBLICITEIT IN HET VERMOGENSRECHT	38
HOOFDSTUK 3. ONROERENDE-PUBLICITEITSSYSTEMEN: NAAR EEN TYPOLOGIE	38

INHOUDSOPGAVE

AFDELING 1. INLEIDING	38
AFDELING 2. DE CONCRETE GEDAANTE VAN DE ONROERENDE PUBLICITEIT	39
AFDELING 3. TYPOLOGIE OP BASIS VAN DE ORGANISATIE VAN DE ONROERENDE PUBLICITEIT <i>SENSU STRICTO</i>	41
§ 1. Inleiding	41
§ 2. Personele, reële en hybride registers	41
§ 3. Deed registration v. title registration v. interest recording: het middel van onroerende publiciteit <i>sensu stricto</i>	44
§ 4. Lacunaire <i>versus</i> volledig register: het voorwerp van onroerende publiciteit	46
§ 5. Instantie belast met de onroerende publiciteit en haar rol	47
§ 6. Eengemaakte of gefragmenteerde registers	50
§ 7. Gedigitaliseerde en geautomatiseerde <i>versus</i> analoge registers	54
AFDELING 4. TYPOLOGIE VAN ONROERENDE-PUBLICITEITSSYSTEMEN AAN DE HAND VAN DE VERMOGENSRECHTELIJKE GEVOLGEN	68
§ 1. Inleiding	68
§ 2. Het informatieve gevolg van de onroerende publiciteit: informa- tiegaring en -verschaffing	69
§ 3. Het totstandkomingsgevolg van de onroerende publiciteit: con- stitutieve onroerende publiciteit (een toepassing van het onroe- rende <i>Publizitätsprinzip</i>)	71
§ 4. Het tegenstelbaarheidsgevolg van de onroerende publiciteit	86
§ 5. De betrouwbaarheidsgevolgen van de onroerende publiciteit: negatieve v. positieve publiciteit	89
HOOFDSTUK 4. TUSSENCONCLUSIE DEEL I	96
DEEL II. HISTORISCHE ONTWIKKELING VAN ONROERENDE PUBLICITEIT	99
HOOFDSTUK 1. INLEIDING	101
HOOFDSTUK 2. ROMEINSE ONROERENDE PUBLICITEIT	103
HOOFDSTUK 3. DE ONROERENDE PUBLICITEIT IN HET AN- CIEN RÉGIME EN DE FRANSE REVOLUTIE	110
HOOFDSTUK 4. ROMAANSE ONROERENDE PUBLICITEIT VANAF 1804	126
AFDELING 1. INLEIDING	126
AFDELING 2. DE ONROERENDE PUBLICITEIT IN DE CODE CIVIL	127
AFDELING 3. HET NAPOLEONTISCH KADASTER	131

AFDELING 4. DE ONROERENDE PUBLICITEIT IN HET VERENIGD KONINKRIJK DER NEDERLANDEN VAN 1814-1815 TOT 1830	135
AFDELING 5. DE BELGISCHE ONROERENDE PUBLICITEIT TUSSEN 1830 EN 1851	138
AFDELING 6. DE BELGISCHE ONROERENDE PUBLICITEIT NA 1851	139
§ 1. Ten geleide: van kritiek naar wetgevend initiatief	139
§ 2. De Wet van 16 december 1851	141
§ 3. Wet Hervorming Goederenrecht	147
AFDELING 7. DE FRANSE ONROERENDE PUBLICITEIT NA 1855	148
AFDELING 8. DE NEDERLANDSE ONROERENDE PUBLICITEIT NA 1830	150
HOOFDSTUK 5. GERMAANSE ONROERENDE PUBLICITEIT VANAF DE 18 ^{DE} -19 ^{DE} EEUW	154
HOOFDSTUK 6. TORRENS-STELSEL VANAF DE 19 ^{DE} EEUW	156
HOOFDSTUK 7. TUSSENCONCLUSIE DEEL II	158
DEEL III. ONROERENDE REGISTERPUBLICITEIT IN HET POSITIEVE RECHT	161
HOOFDSTUK 1. INLEIDING	163
HOOFDSTUK 2. PRAKTISCHE ORGANISATIE VAN DE ONROERENDE PUBLICITEIT	163
AFDELING 1. INLEIDING	163
AFDELING 2. AKTEBEWARING OF TITELREGISTRATIE: HET MIDDEL VAN DE ONROERENDE PUBLICITEIT	163
§ 1. Aktebewaring	163
§ 2. Titelregistratie	173
§ 3. Afweging aktebewaring en titelregistratie in de praktijk	181
AFDELING 3. PERSOONLIJKE <i>v.</i> REËLE ORGANISATIE	181
§ 1. Personele registers	181
§ 2. Reële registers	184
§ 3. Hybride systeem	186
§ 4. Afweging	188
AFDELING 4. VOORWERP VAN DE ONROERENDE PUBLICITEIT	189
§ 1. Inleiding	189
§ 2. Verplichte of facultatieve publiciteit	189
§ 3. Goederenrechtelijke of daarmee gelijkgestelde onroerende veranderingen	192
§ 4. Mogelijke toekomstige goederenrechtelijke veranderingen	228
§ 5. Waarschuwingen betreffende betwistingen met mogelijke goederenrechtelijke onroerende veranderingen tot gevolg	240

INHOUDSOPGAVE

§ 6. Exeplatieve of limitatieve opsomming?	247
§ 7. Lacunair of volledig stelsel?	249
AFDELING 5. INSTANTIE BELAST MET DE ONROERENDE PUBLICITEIT EN HAAR ROL	258
§ 1. Publieke of private instantie?	258
§ 2. Deel van de uitvoerende macht	258
§ 3. Deel van de rechterlijke macht	268
AFDELING 6. EEN EENGEMAAKT REGISTER OF GEFRAGMENTEERDE REGISTERS	272
HOOFDSTUK 3. GEVOLGEN VAN DE ONROERENDE PUBLICITEIT	281
AFDELING 1. INLEIDING: INFORMATIE, TOTSTANDKOMING, TEGENSTELBAARHEID EN BETROUWBAARHEID	281
AFDELING 2. INFORMATIEF GEVOLG: ONROERENDE PUBLICITEIT TER INFORMATIE	281
AFDELING 3. TOTSTANDKOMING: CONSTITUTIEVE PUBLICITEIT	292
§ 1. Case studies	292
§ 2. Geen constitutieve publiciteit	293
§ 3. Wel constitutieve publiciteit	297
AFDELING 4. TEGENSTELBAARHEID	309
§ 1. Inleiding	309
§ 2. Declaratieve stelsels met tegenstelbaarheidseffect in hoofdorde	310
A. Tegenstelbaarheid	310
B. Kring van beschermden personen	314
C. Case studies	325
D. Het ruimere kader	342
§ 3. Constitutieve stelsels met tegenstelbaarheidseffect in subsidiaire orde	345
A. Inleiding	345
B. Tegenstelbaarheid vervat in constitutieve publiciteit	345
C. Gevallen van louter tegenstelbaarheid in constitutieve stelsels	346
1. <i>Ten geleide</i>	346
2. <i>Gevallen van louter tegenstelbaarheidseffect in principieel constitutieve stelsels</i>	347
a. Onroerend beslag naar Duits en Nederlands recht	347
b. Bescherming tegen onvolledige registers naar Nederlands recht	351
c. <i>Vormerkung c.q.</i> voorinschrijving	357
d. Andere gevallen naar Duits recht	369
AFDELING 5. TEGENSTELBAARHEID ALS NEGATIEVE PUBLICITEIT	372
AFDELING 6. BETROUWBAARHEIDSGEVOLGEN: POSITIEVE(RE) ONROERENDE PUBLICITEIT	372
§ 1. Inleiding	372
§ 2. Ongeldigheid van de eigen gepubliceerde titel van verkrijging	373
§ 3. Ongeldigheid van de levering door de rechtsvoorganger	380
§ 4. Beschikkingsonbevoegdheid van de rechtsvoorganger	382

A. De notie “beschikkings(on)bevoegdheid”	382
B. Beter voorkomen dan genezen: preventieve instrumenten, los van onroerende publiciteit	390
C. Beperkte jurisprudentiële derdenbeschermingsregel: Belgisch recht	392
D. Algemene jurisprudentiële derdenbeschermingsregel: Frankrijk	397
E. Algemene wettelijke derdenbeschermingsregel: Duitsland	406
F. Een veelheid aan wettelijke derdenbeschermingsregels voortkomend uit onroerende publiciteit: Nederland	421
1. <i>Inleiding</i>	421
2. <i>Bescherming tegen beschikkingsonbevoegdheid door ongedige titel of levering</i>	423
3. <i>Zelfstandige bescherming uitgaande van overige derdenbeschermingsregels</i>	428
§ 5. Negatieve en positieve onroerende publiciteit in het positieve recht	436
A. Ten geleide	436
B. Vermeend negatieve stelsels	437
C. Positieve stelsels	443
D. Rechtsvergelijkende vaststellingen	445
§ 6. Alternatieve goederenrechtelijke derdenbeschermingsregels	447
A. <i>Inleiding</i>	447
B. <i>Relatieve beëindiging</i>	447
C. <i>Verkrijgende verjaring</i>	449
 HOOFDSTUK 4. TUSSENCONCLUSIE DEEL III	 452
 DEEL IV. ONROERENDE PUBLICITEIT GEKADERD: EEN EVALUATIEVE BEOORDELING	 457
 HOOFDSTUK 1. INLEIDING: HET VERMOGENSRECHT ALS BALANS VAN BEGINSELEN	 459
AFDELING 1. BEGINSELEN IN HET VERMOGENSRECHT	459
AFDELING 2. BEGINSELEN IN DE RECHTSTHEORIE	461
 HOOFDSTUK 2. ONROERENDE PUBLICITEIT EN DE ONDERLIGGENDE BEGINSELEN	 471
AFDELING 1. INLEIDING	471
AFDELING 2. <i>NEMO PLUS</i> -BEGINSEL	472
§ 1. De essentie van het <i>nemo plus</i> -beginsel	472
§ 2. Het <i>nemo plus</i> -beginsel en de onroerende publiciteit	474
§ 3. Besluit	478
AFDELING 3. VERTROUWENSBEGINSEL	478

INHOUDSOPGAVE

§ 1. Inleiding	478
§ 2. De essentie van het vertrouwensbeginsel	479
A. De notie “vertrouwen”	479
B. Voorwerp van vertrouwen	480
C. Aard van vertrouwen	482
D. Vertrouwen en subjectieve goede trouw	484
E. Vertrouwen en schijn <i>c.q. apparence</i>	485
F. Gevolg van toepassing van het vertrouwensbeginsel	488
G. Vertrouwensbeginsel of vertrouwensleer?	489
§ 3. De historische ontwikkeling van het vertrouwensbeginsel	490
§ 4. Het vertrouwensbeginsel en de onroerende publiciteit	502
§ 5. Besluit	512
AFDELING 4. TOEREKENBAARHEIDSBEGINSEL	513
§ 1. Het toerekenbaarheidsbeginsel	513
§ 2. Het toerekenbaarheidsbeginsel en de onroerende publiciteit	514
§ 3. Besluit	516
AFDELING 5. RECHTSZEKERHEIDSBEGINSEL	517
§ 1. Inleiding	517
§ 2. De notie “rechtszekerheid”	517
A. Rechtszekerheid als een beginsel	517
B. Raakvlakken tussen rechtszekerheidsbeginsel, <i>nemo plus-</i> beginsel en vertrouwensbeginsel	519
C. <i>La sécurité statique v. la sécurité dynamique (René DEMOGUE)</i>	521
§ 3. Rechtszekerheid en onroerende publiciteit	528
A. Rechtszekerheid en onroerende publiciteit <i>in abstracto</i>	528
B. Rechtszekerheid en onroerende publiciteit <i>in concreto</i>	529
1. <i>Ten geleide</i>	529
2. <i>Evaluatie van keuze voor registerpubliciteit op basis van</i> <i>rechtszekerheid</i>	530
3. <i>Evaluatie van praktische organisatie van onroerende</i> <i>publiciteit op basis van rechtszekerheid</i>	531
4. <i>Evaluatie van rechtsgevolgen van onroerende publiciteit</i> <i>op basis van rechtszekerheid</i>	534
§ 4. Besluit	538
AFDELING 6. ECONOMISCHE-EFFICIËNTIEBEGINSEL	538
§ 1. Inleiding	538
§ 2. De notie “economische efficiëntie”	540
§ 3. Economische efficiëntie en de onroerende publiciteit	540
A. Economische efficiëntie en de onroerende publiciteit <i>in ab-</i> <i>stracto</i>	540
B. Economische efficiëntie en de onroerende publiciteit <i>in concreto</i>	549
§ 4. Besluit	554
AFDELING 7. BELANGENCONFLICT	555
HOOFDSTUK 3. TUSSENCONCLUSIE DEEL IV	558

DEEL V. ONROERENDE PUBLICITEIT GERECHTVAARDIGD: EEN NORMATIEVE BEOORDELING	561
HOOFDSTUK 1. INLEIDING: RECHTVAARDIGHEID ALS ULTIEM NORMATIEF CRITERIUM	563
HOOFDSTUK 2. NORMATIEVE CRITERIA	569
AFDELING 1. DE NORMATIEVE INVULLING VAN DE EVALUATIEVE CRITERIA	569
AFDELING 2. <i>PROPERTY THEORIES</i>	571
§ 1. Inleiding	571
§ 2. Het eigendomsrecht als concept	572
§ 3. De rechtvaardiging van het private eigendomsrecht en de verde- ling daarvan	574
A. Inleiding	574
B. De klassieke theorieën	575
C. Hedendaagse pluralistische theorieën	583
1. <i>Inleiding</i>	583
2. <i>Stephen MUNZER</i>	584
3. <i>Lawrence BECKER</i>	591
HOOFDSTUK 3. DE NORMATIEVE RECHTVAARDIGING VAN ONROERENDE PUBLICITEIT	595
AFDELING 1. DE NORMATIEVE RECHTVAARDIGING VAN ONROERENDE PUBLICITEIT <i>IN ABSTRACTO</i>	595
AFDELING 2. DE NORMATIEVE RECHTVAARDIGING VAN ONROERENDE PUBLICITEIT <i>IN CONCRETO</i>	596
§ 1. Ten geleide	596
§ 2. Onroerende publiciteit als religie	597
§ 3. De rechtstheoretische benadering: <i>property theories</i>	599
A. Ten geleide	599
B. De concrete gedaante van de onroerende publiciteit	601
C. De organisatie van de onroerende publiciteit	602
D. De gevolgen van de onroerende publiciteit	603
E. Enkele vragen	610
HOOFDSTUK 4. TUSSENCONCLUSIE DEEL V	612
ALGEMENE CONCLUSIE	617