

Apropos: Liliane Lerch

Vor zehn Jahren erhielt sie als kreativer Kopf der europäischen Smart-Einführungskampagne einen Werbepreis nach dem andern. Dann zog Liliane Lerch, für viele überraschend, nach Los Angeles, später in die Mojave-Wüste. Was macht eine höchst erfolgreiche Schweizer Werberin in der kalifornischen Wildnis? Sie beantwortet die Frage in ihrem ersten Roman: der grossen Liebe über die Stiefel stolpern. Verächter von Liebesromanen können ruhig weiterlesen: Das Buch («Datura», Atrium-Verlag) enthält nicht eine Zeile Schmalz. Und ebenso wenig Tragik, obwohl der Mann, in den sich die Protagonistin Emma verliebt, todkrank ist. Ihre Freunde fragen: «Ja lohnt sich denn das? Das hat doch gar keine Zukunft.» Liliane Lerch findet die Frage verständlich und trotzdem falsch: «Leben heisst doch nichts anderes, als zu erfahren, wie du mit dem umgehst, was dir hingeworfen wird. Und eine grosse Liebe ist zu selten, als dass man sich leisten könnte, sie nicht zu leben.» (*bes*)