

**Learn German With Stories: Digital in Dresden -
10 Short Stories For Beginners**

2nd edition

© 2019, LearnOutLive.com

All text & illustrations by André Klein, except cover art: *Dresden Augustusbrücke
Altstadt 1900 (Public Domain)*

First published on March 12^h, 2018

ISBN-13: 978-1986267625

ISBN-10: 1986267628

learnoutlive.com

Table of Contents

Introduction.....	4
How To Read This Book.....	7
1. „Twittern kann jeder“	9
Übung.....	21
2. Die Montagsdemo.....	27
Übung.....	41
3. Vitamin B.....	45
Übung.....	54
4. Im Blauen Oktopus.....	59
Übung.....	71
5. Humus und Taboulé.....	77
Übung.....	88
6. Bester Chef der Welt.....	93
Übung.....	103
7. Digitaler Robin Hood.....	107
Übung.....	117
8. Schnee und Blaulicht.....	121

Übung.....	135
9. Aushilfe gesucht.....	139
Übung.....	149
10. Bratfett und Beton.....	153
Übung.....	161
Answer Key/Lösungen.....	164
Bonus Materials.....	165
Get Free News & Updates.....	167
About the Author.....	168
Acknowledgements.....	169
You Might Also Like	170

Introduction

In this sequel to “Zurück in Zürich”, Dino lands a promising new office job in Dresden with stable pay and promotion opportunities, but it’s only so long before corporate implications force him to make a tough decision.

While the stunning architecture and baroque allure of the capital of the Free State of Saxony seem like a fairytale at first, Dino soon meets some of its disgruntled citizens and starts investigating the roots of their rage.

Explore Dresden, learn about local culture, history and improve your German effortlessly along the way!

~

This book is designed to help beginners make the leap from studying isolated words and phrases to reading (and enjoying) German fiction.

Using simplified sentence structures and a very basic vocabulary you can build upon, this set of 10 connected German short stories is carefully crafted to allow even novice learners to fully immerse themselves in an authentic German language experience.

Each chapter comes with a complete German-English dictionary, with special emphasis on common phrases, idioms and expressions designed for improved memorization.

By working with these building blocks instead of just single words, learners can accelerate their understanding and active usage of new material and make the learning process more fluid and fun.

For further practice we also provide free digital flashcards (link included at the end of this book), which can be used to increase memorization via the ‘spaced repetition’ method or printed out as word lists to serve as a handy reference while reading.

Viel Spaß beim Lesen und Lernen!

– André Klein



TIP: *Boost your comprehension skills by listening to the official audiobook, narrated by the author.*

Get it on Audible, Apple Books, Google Play, as MP3 or on Compact Disc. For more information visit:

learnoutlive.com/dresden-audio

How To Read This Book

Before we start, we should acknowledge that there will be many unknown words in the following stories and that there are, in fact, various ways to deal with this very common problem for language learners of all ages and stages.

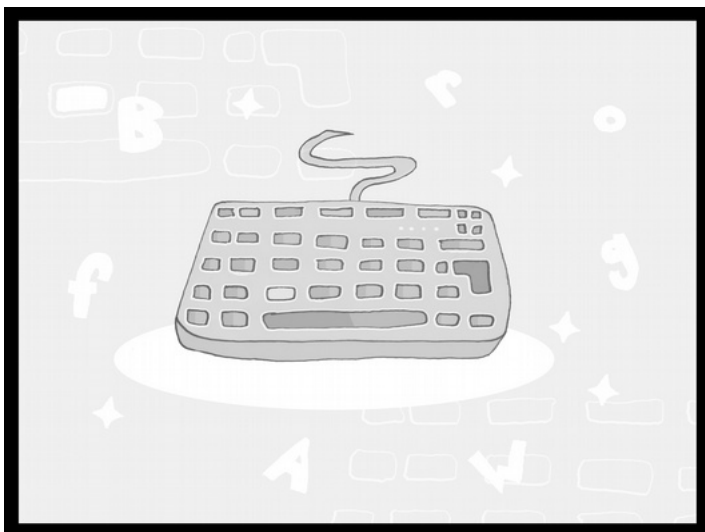
1. If you want to get the most out these stories, you'll have to establish some kind of *Lesefluss* (reading flow). You might be reading quickly or slowly, it doesn't matter — as long as you keep on reading and allow context and continuity to clear your questions.

2. Furthermore, important or difficult words (and short phrases) are appended to each chapter with an English translation for quick look-ups.

4. In addition to that we recommend using a good German-English online dictionary (such as dict.cc or dict.leo.org) on your computer or mobile device while reading the following stories.



1. „Twittern kann jeder“



★☆☆☆☆ *Goldener Bambus* - „**Schrecklicher** Service und viel zu **teuer!** Mein *Bami-Goreng* war **lauwarm** und die **Nudeln labbrig**. Der **Orangensaft** hatte einen **Nachgeschmack** von **Toilettenreiniger**. **Nicht mal** einen **Stern wert!!1“**

~

Mein Chef sagt, eine gute **Bewertung** muss **kurz**, **prägnant** und **persönlich** sein. Sie **darf nicht zu**

ANDRÉ KLEIN

viel sagen, aber auch nicht **zu wenig**. Am **Wich-**
tigsten ist, dass sie **Emotionen** transportiert.

„**Twittern kann jeder**“, sagt er immer. „Aber eine gute **Rezension** zu schreiben ist nicht **leichter als** ein **Elisabethanisches** Sonett oder ein **persisches Ghazel** zu **verfassen**.“

Er **spricht immer von** „guten Rezensionen“, aber **eigentlich** schreiben wir **fast nur schlechte**. **Jeden Morgen bekomme** ich eine neue Liste von Restaurants in Bremerhaven, Hotels in Lüneburg, **Ferienwohnungen** in Rostock, **usw.**

Ich **verdiene** fünfzig Cent pro Rezension. Das ist nicht viel, aber ich schreibe jeden Tag **zwischen** zwanzig und fünfzig **davon**. Mein Chef sagt, Rezensionen in Spanisch und Englisch sind **noch viel weniger** wert, **weil** Klickfarmen in Indien, China und den Philippinen **den Markt überschwemmen**. Aber die deutsche Sprache ist **angeblich** immer noch **zu kompliziert** für **automatische Übersetzungen**. Und **deshalb** schreiben wir sie selbst.

Die meisten meiner Kollegen sind nicht **Mutter-**

sprachler, genau wie ich. Aber das macht nichts, denn ein paar **Fehler** — so sagt mein Chef — sind das **Salz** in der **Suppe**.

Wir arbeiten in einem **Großraumbüro** in einem grauen, **vierstöckigen Gebäude** in einem Dresdner **Industriegebiet**, ich und ca. 30 andere **Mitarbeiter**.

Mein Bruder Alfredo **hat mir diesen Job verschafft**. Er sagt, **jetzt, wo** Loretta **schwanger** ist, und er **bald Vater wird, ist es Zeit**, dass ich lerne, **auf eigenen Beinen zu stehen**.

Der Job ist **ziemlich anstrengend**, aber **zumindest** kann ich so mein **geschriebenes Deutsch verbessern**. Ich lerne **täglich** neue Wörter wie **zum Beispiel**: „**haarsträubend**“, „**erbärmlich**“ oder „**grottenschlecht**“.

Ich schreibe schlechte Rezensionen für Hotels in Saarbrücken, Restaurants in Mönchengladbach und Ferienwohnungen in Oldenburg. **Selbstverständlich** habe ich keinen dieser Orte **bisher besucht**. Aber das ist **nebensächlich**.

Mein Chef, Herr Bogdanovic, sagt immer, unsere

ANDRÉ KLEIN

Arbeit ist **wichtiger**, als die Aktivität von allen Reportern, Bloggern und **Kolumnisten** zusammen. **Laut** Herrn Bogdanovic haben wir mehr **Einfluss auf** die **Bevölkerung** als Dokumentarfilme oder akademische Studien. Denn wir **entscheiden**, wo **Hochzeitspaare** ihre **Flitterwochen verbringen**, wo **Geschäftsmänner** Millionendeals machen, und **in welchen Betten** Kinder **gezeugt** werden.

Jeden Morgen **versammelt** Herr Bogdanovic alle Mitarbeiter in der Mitte des Büros und wir machen **Motivationsübungen**. Er singt „We will rock you“ von Queen und **klatscht dabei** laut in die **Hände**. Wir **machen nur mit, weil er uns leid tut**. „Eure Arbeit von heute **bestimmt die Welt von morgen!**“, ruft er. „Tipptopp, tippt top! ComTex!“ (**Noch ein** neues Wort, das ich gelernt habe: „**fremdschämen**“)

Herr Bogdanovic ist ein kleiner Mann mit einer **Halbglatze** und einer **permanent gerunzelten Stirn**. Meine Kollegen sagen, er ist hier in Dresden **geboren** und hat in **Moskau** Literatur studiert, **noch zu** Soviet-Zeiten. Nach dem **Mauerfall** hat er angeb-

lich **versucht**, einen **Roman** zu schreiben. Aber das Buch ist **nie fertig geworden**. Und **irgendwann** war er **pleite**. Also hat er begonnen, **Zeitungsanzeigen** für **Klempner** und **Bäckereien** zu verfassen. Dann kam die digitale Revolution. Und jetzt ist er **Abteilungsleiter** bei *ComTex PR Solutions* — unserer **Firma**, die **Zweigstellen** in St. Petersburg und Odesa, und ihren **Hauptsitz irgendwo** in den **Seychellen** oder den **Kaiman-Inseln** hat.

Ich habe **keine Ahnung**, wer die **ganzen schlechten Bewertungen bestellt**, aber **anscheinend** ist es ein **gutes Geschäft**. Denn wir bekommen täglich **Hunderte** von neuen **Aufträgen**. **Manchmal** schreiben wir auch positive Bewertungen, aber Herr Bogdanovic sagt immer, eine negative Rezension ist **effektiver als** zehn positive.

Ich **saß** vor meinem Computer und arbeitete an einer Rezension für ein kleines Hotel in Leverkusen: „**Kakerlaken im Badezimmer, papierdünne Wände, seltsame Flecken auf der Bettdecke. Nie wieder!**“

ANDRÉ KLEIN

Herr Bogdanovic **lehnte sich über** meine **Schulter**. Sein **Atem roch nach** kaltem Kaffee. „Nicht schlecht!“, sagte er. „Aber mach aus *den* Kakerlaken *eine* Kakerlake. **Weniger ist mehr!** Und **sei nicht so sparsam mit den Ausrufezeichen!**“

Ich **korrigierte** den Text. Mein Chef **nickte zufrieden**. „Gute Arbeit!“, rief er. „Wenn du so **weitermachst**, kommst du **eines Tages ganz nach oben**.“

Unsere **Abteilung befand sich** im dritten Stock. **Über uns** saßen die Social-Media-Trolle und Kommentar-Kommandos. Niemand **wusste genau, was dort geschah, außer** dass alles sehr politisch und sehr **geheim** war.

Während wir im dritten Stock an Rezensionen über **faulige Duschvorhänge** und **zähe Rumpsteaks brüteten**, **entschieden** unsere Kollegen im vierten Stock **die wichtigsten Wahlkämpfe der Welt** mit Fake-News und Fake-Kommentaren.

Herr Bogdanovic sagt, ich bin **bereit** für eine **Beförderung** in den vierten Stock. Aber ich habe