

Д-р Митко Василев е управител на Германо-българската индустриално-търговска камара и представител на Бавария в България. Бил е ръководител на представителството на „Германската икономика в България" и председател на УС на „Деловия клуб на германската икономика в България".

- Доктор Василев, бихте ли могли да очертаете основните насоки на икономическо развитие между България и Германия през настоящата година? Върху какво ще бъде акцентът?

- Когато в България говорим за Германия в икономическо отношение, ние винаги разглеждаме два основни аспекта: взаимната търговия и инвестициите. И през 2013 г. очакваме добро развитие на стокообмена между Германия и България, още повече изхождайки от това, че 2012 г. поставя нов рекорд във взаимната ни търговия. Малко по-друг начин стоят нещата в сферата на немските инвестиции, които навлизат у нас. В края на 90-те години Германия беше инвеститор номер 1 в България, понастоящем тя е на пето място като чуждестранен инвеститор. Много бихме се радвали, ако през тази година и други немски компании „открият" България и инвестират в страната.

- Българските стоки конкурентоспособни ли са на германския пазар, в сферата на

хранително вкусовата и текстилна промишленост? Непрекъснато се говори за инвестиции за откриване на работни места, а малко за българските продукти. Къде има свободни ниши и как можем да предложим и рекламираме българската стока на такива места?

- Специалистите по маркетинг знаят, че всяка стока или услуга може да бъде продадена с различен успех на различните пазари. Когато говорим за немския пазар, винаги трябва да знаем, че това е един много претенциозен и наситен пазар, на който си дават среща голям брой конкуренти.

Българските стоки и услуги биха имали успех в подобна среда, ако на тази задача се погледне сериозно и в дългосрочен аспект.

Нека да вземем например българското вино като един типичен представител на хранително-вкусовата ни промишленост. Български вина и сега присъстват на немския пазар, но конкуренцията там е изключително ожесточена, защото в момента много агресивно на немския пазар се представят вина от далечни дестинации като например Чили, Южна Африка, Калифорния (САЩ) и други. В подобна обстановка е много трудно да се реализират високи цени. Ние всички знаем, че имаме прекрасни маркови и доста качествени български вина, които обаче за съжаление не могат да бъдат продавани в Германия. Причините са различни, например не може да бъде гарантирано дългосрочно голямо количество, или пък качеството не винаги е едно и също за по-дълъг период от време, и други. Трайното настаняване на дадена стока или услуга на който и да е пазар изисква сериозен маркетинг, а маркетингът струва доста пари. Това е една от причините да не можем да изнасяме всякакви продукти на немския пазар. От друга страна, ако погледнем към текстилната промишленост и облеклото, ще ни направи впечатление, че през последните години тази позиция неизменно държи първенството в износа на България към Германия. Независимо дали става въпрос за работа на ишлеме или пък български стоки от този бранш директно се изнасят за Германия, статистиката показва, че тук има добър потенциал. Може да се отбележи и друга тенденция, че относителният дял на този бранш в стокообмена между двете страни с годините постепенно намалява.

Свободни ниши могат да се търсят в най-различни браншове и сектори на икономиката. Нека дам един пример в областта на биопродуктите. Към края на 90-те години на миналия век никой в България не знаеше за изложението Biofach на Нюрнбергския панаир. Постепенно обаче с годините това изложение започна да придобива все по-голяма популярност, тъй като страната ни определено има потенциал за развитието

на подобни продукти. За популяризирането на този панаир допринесоха както държавните структури (Министерство на земеделието, Агенцията за МСП), така и частният сектор. В момента в България има редица фирми, които участват като изложители на Biofach в Нюрнберг. Вероятно могат да бъдат посочени още подобни примери. Свободните пазарни ниши трябва да бъдат търсени целенасочено на място и посредством подходящи партньори.

- Немските предприемачи в кои сфери у нас ще инвестират?

- Трудно е да се каже, защото спектърът е доста широк и няма ограничения. Ако ми бяхте задали този въпрос преди 1-2 години, със сигурност щях да посоча немски инвестиции с сферата на възобновяемите енергийни източници. Интересът действително беше голям, но нещата се промениха и сега този бранш не е толкова привлекателен.

- Вие сте баварският представител в България, на какво равнище са икономическите отношения България - Бавария и какво предстои?

- Взаимната търговия между България и Бавария понастоящем е над 650 млн. EUR, което на сегашния етап представлява около 15% от взаимния стокообмен между Германия и България. В икономическо отношение Бавария е много силен партньор за България и в класацията по федерални провинции Бавария заема 2-ро или 3-то място след Северен Рейн-Вестфалия и Баден-Вюртемберг. България изнася за Бавария облекла, синтетични материали, електротехника, фармацевтични продукти, мебели и други, а внася от там автомобили, машини, електротехника, химически продукти, фабрикати от метал, хартия, мебели и др. Бавария насърчава двустранните отношения с България посредством икономически делегации, чрез баварската програма за участие в панаирни изложения (за съжаление през последните години Бавария се оттегли от българските панаири), чрез програмата „Bayern - Fit for Partnership". На мнение съм, че икономическите отношения между Бавария и България се развиват в правилната посока, че е постигнато много, но и че има още доста резерви.

- Вие сте възпитаник на Немската гимназия в Хасково. Научихте ли там нещо за прословутия „германски манталитет", което да Ви е от полза в сегашната дейност? Какво още Ви дадоха гимназията и досегът с немската култура?

- Гордея се, че съм възпитаник на Немската езикова гимназия в град Хасково, която завърших през 1977 година (сега името на гимназията е ГПЧЕ "Проф. д-р Асен Златаров"). По онова време ние научихме много за т.н. „немски манталитет", защото освен българските преподаватели нас ни обучаваха още около 8 учители от бившата ГДР. Немската гимназия ми даде една солидна основа, не само по отношение научаването на езика, но и базисни знания по редица други предмети и създаде у мен важни умения. Тя беше един изключително надежден трамплин за следващия етап от моето развитие.

- Наскоро публикувахте „По пътя към успеха. Личности от България и Германия". Какво Ви накара да напишете тази книга? Ще има ли издание на немски език?

- Причините да напиша тази книга са много и най-разнообразни. В личен план преживях разтърсващи събития, които ме подтикнаха да търся нови пътища и решения. В професионален план развитието бе свързано с двустранните икономически отношения между Германия и България. Книгата излезе от печат през декември 2012 г. и разглежда най-общо две основни теми - темата за успеха и темата за отношенията между Германия и България. Целта е да се покажат някои нови, както и познати аспекти по двете теми и с това да се остави следа за времето, в което живеем. Настоящата книга е изградена въз основа на интервю с 5 стандартни въпроса към участниците:

1. Считате ли се за успял човек?

2. Какво значи според Вас успех?

3. Каква е Вашата рецепта за успех?

4. Какви съвети бихте дали на хората, които искат да постигнат успех в живота?

5. Какво е Вашето мнение за отношенията между Германия и България?

В продължение на 3 години успях да интервюирам 33 изтъкнати личности от България и 33 известни личности от Германия.

Подготвих тази книга и по случай 20-годишнината от създаването на Представителството на германската икономика в България, предшественик на ГБИТК, и по случай 10-годишнината от създаването на Представителството на Бавария в България в рамките на ГБИТК. Посветих книгата на покойната ми съпруга Бистра, която винаги ме е подкрепяла и ми е помагала - и в България, и в Германия. Предговорът е на Президента на Република България г-н Росен Плевнелиев, а обръщение към читателите направи и Президентът на Асоциацията на германските индустриално-търговски камари проф. Ханс-Хайнрих Дрифтман. Книгата има благотворителен характер и всички приходи от нейната продажба ще бъдат предоставени на детски дом за деца с физически и умствени увреждания в с. Дълбок дол, община Троян, за който дом се грижи фондацията „Общество за всички".

В момента книгата се превежда на немски език и очаквам през април да излезе от печат нейното огледално копие. Тя ще бъде разпространявана и в Германия, и в България, като отново приходите ще бъдат предоставени за благотворителни цели на същия дом за деца в с. Дълбок дол.