

HÖST
2025

fiori

M A G A Z I N E



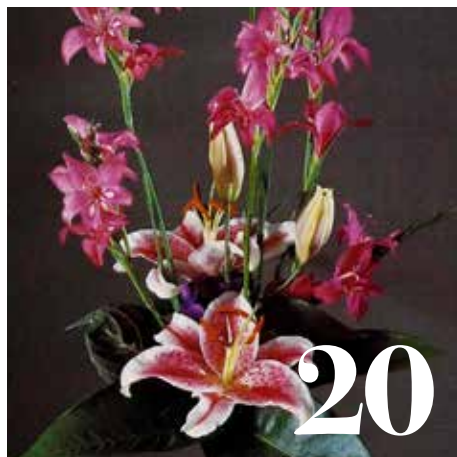
BESÖK OSS PÅ

Formex 26–28 augusti, Elmia Garden 1–2 oktober,
Ensidagen 15 november



ensi
— est. 1934 —

tel: 0301-34 19 00 | e-post: ensi@ensi.se | webbshop: www.ensi.se



#3

I DETTA
NUMMER:

04. LEDARE

Tar du kommandot

06. TRENDIGT

Hösten 2025

08. MÄSSOR

Formex augusti 2025

10. MÄSSOR

Elmia Garden

12. INSPIRATION

En florist i ständig rörelse

18. FORMEX

Vännerna på Formex

20. ÅRTIONDET

1980-talet

28. AI

Framtiden är här

30. RECEPT

Höstpaj

LEDARE

HÖST
2025

Tar du kommandot?

Hjälper vi kunden genom att säga: "Absolut, vi löser allt du vill"? Det finns en anekdot jag ofta återkommer till när vi introducerar nya butiker i Mazzo. Den säger nämligen allt om varför vi som florister behöver ta ett tydligare ledarskap i mötet med kunden.

Historien handlar om en butik som lagt in en order till en begravning med en lång lista på specifika blommor. Leveransen skulle ske till en mindre närliggande ort, och det visade sig bli svårt att lösa på plats. Efter kontakt med begravningsbyrån stod det klart att begravningsbyrån kunde fixa leveransen – så butiken som lagt orden fick nu tillbaka den.

Jag ringde upp butiken och berättade om lösningen. Det blev tyst i luren. Sen kom ett desperat: "Den ordern kan vi inte ta. Kunden har varit inne flera gånger med nya önskemål. Vi har inte de blommorna hemma." Jag erbjöd mig att ringa kunden och förklara läget. Svaret: "Gör gärna det – men säg att det är ert fel. Hon kommer bli jättebesviken."

Jag ringer upp kunden, en äldre kvinna. Förklarar att det blir den lokala butiken som skapar decorationen. Jag frågar: "Visst är det viktigaste för dig att den känns vårig?" Hon svarar direkt: "Ja, verkligen." Jag berättar att de kanske inte har exakt alla blommor hon nämnt, men att de kommer se till att

skapa något med tydlig vårkänsla. "Det spelar ingen roll vad det är för blommor," säger hon, "så länge det känns vårigt."

Jag ringer tillbaka till butiken och berättar att det inte är några problem med sorterna – bara de får till rätt känsla. För att vara säker på att det landade rätt ringde jag upp beställaren en vecka senare. Hon svarade utan att tveka: "Verkligen, den var fantastiskt fin – och precis så vårig som jag hade tänkt mig."

Vid ett annat tillfälle hade en florist lagt in att en bukett absolut måste innehålla stora rosa Anastasia. Jag ringde och frågade om det gick att byta ut – men svaret var tvärsäkert: "Det går absolut inte, kunden ville verkligen ha det." Jag bad om att få prata med kunden, förklarade läget och frågade nyfiket: "Vad betyder just den blomman för dig?" Han skrattade till. "Årligt talat är det inte så viktigt. Jag sa det mest för att försäkra mig om att det inte blir något småblommigt. Det är något jag har väldigt svårt för, viktigast är att buketten har stora blommor"

Det vi tror är krav är ofta bara ett sätt för kunden att försöka få kontroll. Det de egentligen vill ha är att det ska kännas rätt. Så nästa gång en kund står framför dig och säger: "Jag vill ha tulpaner, narcisser, ranunkel och daggkåpa..." – stanna upp. Lyssna mellan



raderna. Vad försöker de egentligen säga?

Det är inte en inköpslista. Det är en känsla de ser framför sig. Och det är vi florister som har penseln.

Det var just det här som var grunden till Mazzo – från allra första tanke. Att vi måste tänka nytt. Att vi måste bygga en modell som gör det möjligt att arbeta med blomsterförmedling utan att tappa hantverket, friheten eller lönsamheten. Att kunden inte alltid vet exakt vad hen vill ha, men att vi gör det, om vi bara vågar ta det utrymmet.

Det är dags att vi gör det till en självklar del av hela vårt erbjudande. Inte genom att säga nej till kunden – **utan genom att våga säga ja till vår egen kompetens och erfarenhet.**

Väl mött,
Madeleine

REDAKTION

Chefredaktör: Madeleine Haraldsson
Art Director: Anders Bergh
Omslag: Sylvie Géhin Karlsson
Medarbetare: Maja Nordstrand,
Madeleine Haraldsson, Jenny Möller

Olsson, Sylvie Géhin Karlsson
Upplaga: 1900 ex
Distribution: Postnord AB
Annons:
Madeleine Haraldsson, 035-13 37 10

Prenumeration:
fiorimagazine.se/prenumeration
fiori magazine ges ut av
Flower Deluxe i Sverige AB.
fiorimagazine.se | info@fiorimagazine.se



ÖPPET HUS

4-28 Augusti | Tidaholm

HÖST/VINTER



FANTASTISKA GÄSTER
GOD MAT OCH INSPIRATION



Mr Plant
Long Lasting Flowers

EDELWEISS*



LAUVRING



HOLMEN

SIMPLE

GOODS

LENE BIRKBEK

DENMARK

GUS

A&C

OSLO

Blooms

Evenemanget är endast för återförsäljare!

Trendigt

Hösten 2025



Kruka, Miljögården



Kruka, ALot Decoration.



Kruka, DBKD



Kruka, Ensi



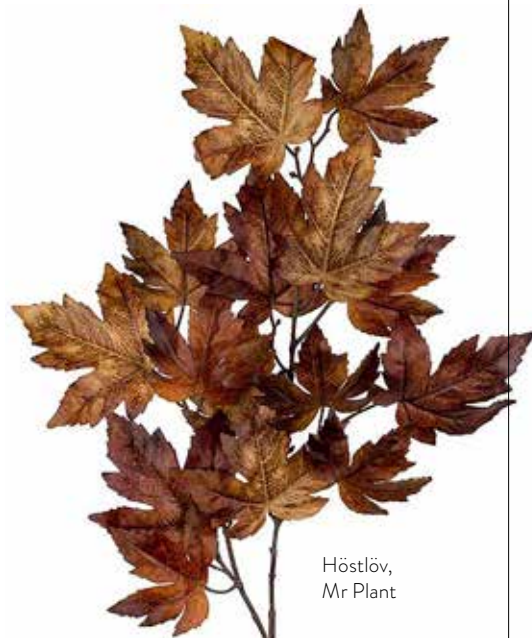
Ljusstake, Mitt & Ditt



Vas, Wilhelm



Kruka, VK Vividi



Höstlöv,
Mr Plant

VÄLKOMNA ATT BOKA TID FÖR ERT BESÖK
HOS OSS I FÅGELSÅNG
ELLER BESTÄLL I VÅR WEBSHOP



vkividi.se info@vkividi.se 0430-49260

vk
vividi

Formex augusti 2025

Formex i augusti markerar mässans 65-årsjubileum och samlar utställare och inköpare från hela Norden. Temat för årets upplaga är Eklektisk Maximalism, med fokus på oväntade kombinationer, personliga uttryck och mixen mellan färg, mönster och material.

Formex är uppdelad i tydliga områden för att underlätta orientering på plats:

- Green Living – växter, krukor, trädgård och hållbar miljö
- Craft & Decoration – hantverk, säsongsdokumentation, material
- Gift & Lifestyle – gåvor, doft, böcker, wellness och livsstilsprodukter
- Interior & Design – möbler, belysning och inredningsdetaljer
- Fashion & Accessories – textilier, smycken, väskor och kläder
- Kids & Toys – barnrumsinredning, leksaker och babyprodukter

Trendutställningen

Den centrala trendutställningen är formgiven av Jan Rundgren och visas på entrétorget. ►



Föreläsningar

Trendspaning höst/vinter 2025/2026

Stefan "Trendstefan" Nilsson

Aktuella färger, former och uttryck med konkret koppling till butiksmiljö, dekoration och stämningar.

Färgernas påverkan i butiksmiljö

Birgit Torkildsby, kulörchef Jotun

Hur kulörer påverkar känslor och hur de kan användas för att förstärka upplevelsen av en miljö.

Hur färgval påverkar oss människor

Nina Klæboe Mørkve, global färgexpert Jotun

En fördjupning i färgpsykologi med fokus på hur olika nyanser påverkar vårt humör, våra beslut och hur vi upplever miljöer.

Från rädsla till inspiration i färgval

Cissi Åhlén

Om att våga släppa det trygga och neutrala, och använda färg för att skapa starkare uttryck i butik och hem.

Här presenteras säsongens färger, material och uttryck i ett format som fungerar både som inspiration och vägledning för butikens uttryck och säsongsanpassning.

Design Talents

I Design Talents lyfts nya formgivare fram med produkter i mindre serier – ofta handgjorda föremål i keramik, trä eller textil. Ett perfekt ställe att fånga upp produkter som inte kommer finnas i ett begränsat antal butiker.

Things I Love Parade

Här presenteras ett urval favoriter från mässgolvet, utvalda av branschprofiler och stylist. Utställningen fungerar som ett snabbt svep över det som sticker ut, vilket kan spara tid för dig som besöker mässan med begränsat schema.

Sustainability Walk – med Maria Soxbo

För den som är nyfiken på leverantörer med hållbarhetsfokus arrangeras en guidad visning genom mässhallarna, där utställare som arbetar med klimat och etik lyfts fram. Visningen leds av Maria Soxbo, journalist och hållbarhetsprofil, som valt ut aktörer med tydligt hållbarhetsarbete – både när det gäller materialval och affärsmetoder.

Lita på din formkänsla – snyggt är inte alltid vackert

Petra Tungården

Att skapa med intuition snarare än regler – om att bygga miljöer och uttryck som känns, snarare än bara ser bra ut.



0% Fat
0% Salt
0% Sugar
100% LOVE

Roses with names – i naturens levande färger och med beskrivande namn som romantiska Belle Rose, kärleksfulla Madam Red eller underbara Athena.

Etiketten med rosens namn hjälper dig hitta den rätta, för varje ögonblick och varje känsla.

En säker kärleksförklaring.

Finns där blommor säljs.

www.roseswithnames.com

Skönhet, hållbarhet, etik och miljö.



AS INDIVIDUAL AS YOU ARE

Elmia Garden: Höstens 3 trender

Elmia Garden presenterar varje år trender för den kommande säsongen – ett verktyg för yrkesverksamma inom trädgårds- och blomsterbranschen som arbetar med inköp, styling, färg och form.

Trenderna har varit ett återkommande inslag på mässan sedan 2009 och syftar till att inspirera och förenkla i det dagliga arbetet.

Inför årets upplaga har tre tydliga trender formulerats – alla med olika uttryck, men med ett gemensamt fokus på stämning, materialkänsla och hållbar gestaltning. I centrum står trädgårdens roll som förlängning av livet: en plats för stillhet, ett rum för uttryck eller en yta som integreras med staden.

Här är tankarna bakom varje trend – och materialen som hjälper till att skapa rätt känsla.

Lunden den gröna

En återhämtningsoas inspirerad av lövskog, med nordisk enkelhet, avskildhet och lugn – en plats för vila och meditation i trädgårdsskala. Material som skapar känslan:

- Mjukmossiga stenläggningar och blålaserat trä
- Korgdetaljer och terrakottakrutor för värme och organiskt intryck
- Rustika möbler i trä, gärna med synliga ålderstecken
- Textilier med struktur och tvättad look
- Natursten och rundade former som åldras vackert

Stad i ljus

En trend där stad och natur möts – utomhusmiljöer blir levande rum med fokus på hållbarhet, ljus och funktion.

Material i fokus:

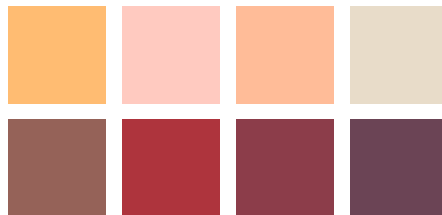
- Vit metall som strikt, samtida bas
- Slitstark denim och betong som kontrast
- Återvunnen polyester i mattor – mjukt och miljösnällt
- Glas och återvunnen aluminium som accentmaterial
- Keramikplattor i retro-mönster med 70-talskänsla

Bädd av rosor

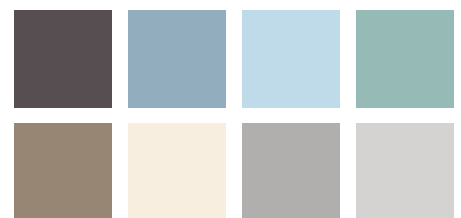
En sensuell och känslöfylld trend där rosor och dahlior framträder i mustiga färgskalor – personligt, inbjudande och nostalgiskt. Material som förhöjer uttrycket:

- Glaserad keramik som reflekterar ljus och skapar djup
- Målade metaller och gallerdetaljer för ljus- och skuggspel
- Flätade rep och naturmaterial som kontrast till det blanka
- Mörkt trä för tyngd och elegans
- Målade murar eller galler som ger en rå stads-känsla i trädgården

Bädd av rosor



Stad i ljus





Miljögården

40
YEARS

Kom & fira med oss!

FORMEXA09:10

I år firar vi fyra decennier av inredningsglädje, inspiration och starka kundrelationer. Det vill vi dela med dig – med bubbel, ballonger, tårta och god stämning i vår monter på Formex.

Varmt välkommen – vi ses på mässan!

En florist i ständigt rörelse

TEXT: JENNY MÖLLER OLSSON FOTO: SYLVIE GÉHIN KARLSSON

Efter 30 år som professionell dansare bytte Sylvie Géhin Karlsson scen, från strålkastarljuset till butiksgolvet i blommornas värld. Men rörelsen följde med, för dans och blommor har mer gemensamt än man först kanske anar.

Från gracila rörelser på scenen till en stjälk som darrar i vinden. Rörelse är ett språk som finns överallt, i kroppen, i naturen och i livet självt. När dansaren Sylvie pensionerades vid 41 års ålder hade hon två krav på sitt nästa kapitel; att få arbeta med händerna och vara konstnärlig. Valet föll på blommor och det visade sig vara en passion som gick djupare än hon anat. För Sylvie är blommor inte bara växtmaterial utan ljus, färg, form och rörelse, ett levande uttryck. De verktyg hon en gång utvecklade på scenen har blivit en självklar del av hennes floristiska skapande.

Från svinn till skönhet

Att valet föll på blommor har Sylvie aldrig ångrat och idag jobbar hon som florist på Ålstens Blommor. Men det dagliga butikslivet kan kännas ganska uppstyrt, särskilt för en konstnärssjäl. Sylvie ger sin

kreativitet fritt spelrum genom att skapa konstnärliga installationer med material som annars skulle kastas. Hon ser till att ta vara på svinnet och ser det som en form av respekt. För blommorna, men också för alla människor som odlat, skördat, fraktat och tagit hand om dem.

Intresset för att ge förbrukat material en andra chans har funnits med sedan barndomen, då hon brukade gå till återvinningen med sin pappa och fantisera om vad saker kunde bli. Idag har det nästan blivit en sport för henne att skapa konst som inte kostar något. Ibland föds en idé ur ett särskilt material, ibland ur en känsla.

Kreativ process

Sylvie gör allt själv i sina bilder; från make-up, hår, kostym, ljussättning, konstruktion och blommor till att fotografera sig själv. Bilderna tas hemma i vardagsrummet med en självutlösare och hon springer fram och

tillbaka till kameran för att kolla så vinkeln och ljuset känns rätt. På fotona kliver hon in i en roll, precis som hon gjorde som dansare.

– Att synas och uttrycka mig genom kroppen är som ett inlärt språk efter min tid som dansare. När jag binder buketter är det blommorna som står i centrum och ofta någon annans vision. Mina foton blir som en kreativ process där jag helt kan leva ut min konstnärlighet, berättar Sylvie.

Kyrkan eller dans

Hon är uppvuxen i Frankrike och hade som barn massor av energi. Lite för mycket enligt hennes mamma, som gav henne valet att antingen gå i kyrkan eller börja dansa. Det var inget svårt val, Sylvie visste redan som två-åring att hon ville bli dansare. Familjen hittade en bra danslärare och med tiden utvecklades grodan och elefanten till mer avancerade balletposser



Våren

Med inspiration från Giuseppe Arcimboldos klassiska porträtt har Sylvie byggt upp verket med kasserade blommor och frukt. Dotterns ishockeyhjälm och hönsnät agerar stomme i ett arbete där det syns både rörelse och känslor. En vallmo sträcker sig ut, medan andra blommor liknar människor som pratar i mun på varandra.

på skolor för balett och modern dans runt om i världen.

Att dansa professionellt var Sylvies stora dröm och det fanns inget som kunde stoppa henne. Inte ens att 800 andra unga kvinnor ofta fightades om samma roll på en audition. Som 17-åring sökte hon jobb där det fanns och avskräcktes varken av långa resor eller avstånd. Så när det dök upp en audition för Norrdans i Härnösand så var det självklart för den unga fransyskan att söka. Även om hon inte hade en blekaste aning om vart Härnösand låg.

– Jag fick jobbet och minns att jag var helt själv på flygbussen dit, det var vinter och -30 grader ute och jag undrade vart jag hamnat, skrattar Sylvie.

30 år som dansare

Sylvie fick jobbet och i Härnösand mötte hon sin nuvarande man, också han en dansare. Efter sex år flyttade de tillsammans till Stockholm. Sylvie blev antagen till Cullbergbaletten, en av Sveriges mest framstående ensembler, känd för sin innovativa repertoar och internationella framträdanden.

Att ha fått arbeta som professionell dansare i nästan 30 år ser hon som ett stort privilegium. Många begåvade får aldrig den chansen och det krävs rätt mindset; disciplin, fysisk styrka, förmågan att improvisera, lyssna, ta kritik och arbeta i grupp. Inom baletten är samspelet avgörande. Om någon faller under en föreställning gäller det att alla direkt hittar en ny lösning, utan att säga ett ord. Konsten att snabbt ställa om, improvisera och hitta nya lösningar har hon nytta av även i floristryrket.

Naturens dans

Att behöva ge upp sin stora passion blev en stor utmaning för Sylvie. Men hon hittade rörelsen i blommorna och naturen, för som hon uttrycker det, även naturen dansar. Med stöd från SokStiftelsen fick Sylvie hjälp att hitta en ny karriär efter dansen och kunde utbilda sig till florist. Hon gick från stora expressiva uttryck på scen till tydliga ramar och detaljarbeten, men hon menar att det är just strukturen som ger henne friheten.



Lampan

I återvinningsrummet hittade Sylvie en stor lampskärm och fick idén att sätta den på huvudet. Toppen av lampan mynnar ut i en stor mjuk hjärna med hortensior och mossa, som är fästa i hönsnät på dotterns ishockeyhjälm, gömd under skärmen. De dolda ögonen ger kroppen en attityd, mer som ett material än en människa, som en lampfot.

alot

BESÖK OSS PÅ
**FORMEX &
ELMIA GARDEN**

INFO & INSPÖ
NYA alot.se



www.alot.se • info@alot.se
0515-71 11 00

– I baletten kände jag min kropp och visste hur jag kunde utmana den. Som florist är det egentligen samma sak. När du kan tekniken och har en stabil bas, det är då du har frihet att improvisera och gå utanför boxen. Men jag lär mig fortfarande, jag är en bebisflorist, skrattar Sylvie.

Aldrig stillastående

Improvisationen har Sylvie naturligt i blodet efter alla år som dansare. Hon håller inte fast vid idéer som inte fungerar i praktiken, utan byter snabbt riktning när det behövs. Men när hon fick orkidéer till ett jobb som inte höll måttet. I stället för att kasta dem klippte hon av blomhuvudena och limmade fast dem på en stomme.

Man skulle kunna tro att Sylvie vill bryta mot traditioner, men det är snarare tvärtom. Hon ser det som något vackert att man i det förflutna har hittat en lösning som förts vidare via generationer. Men hon återkommer alltid till rörelsen. Det får inte bli stillastående, hon vill ifrågasätta, utveckla och förbättra. För som hon själv uttrycker det, det måste finnas liv, oavsett om det är en dans eller en bukett.

Livet som florist

Hon ser flera likheter mellan scenens värld och floristyrket. Dansare jobbar mot en föreställning under en koreograf, precis som florister på butiksgolvet tolkar kundens eller ägarens idéer. Men till skillnad från scenarbetet är floristens skapande ofta ensam. Det är du själv som gör valen för att buketten ska bli bra. Då gäller det att lyssna, både inåt och på omgivningen. För Sylvie är just lyhörddheten nyckeln till ett bra samarbete.

När det kommer till favoritblommor gillar hon variation, att blanda uttryck och stilar, precis som i en föreställning. Alla blommor har sin charm, men lila är kanske inte hennes förstahandsval. Just därför köper hon ofta hem lila blommor för att utmana sig själv och tänja på sina gränser.

Att bo i lagomland

Sylvie är glad att livet förde henne till Sverige, även om hon ibland saknar Frankrike. Särskilt solen och riktigt goda tomater. Som fransyska är hon van att uttrycka sina känslor i stunden, oavsett om hon är glad eller arg, vilket man inte gör på samma sätt i Sverige.



Lejonet

Ur det yviga materialet som skulle slängas fick Sylvie visionen av ett lejon i rörelse. Konstruktionen är en krage av hönsnät där torkade blommor och "skräpblommor" är nedstuckna. De bruna bladen är från en gammal dörrkrans och bänken har hon byggt själv av överblivet kakel. Det strama enkla blir en kontrast till det vilda majestätiska.

"Jag vill inte leva mitt liv till 20 procent, det är 100 procent och det är nu"

– Sverige är ett mer lagomland och det är nog bra för mig att dämpa mig lite. Min dotter brukar säga att jag är alldeles för snabb och klagar för mycket, säger Sylvie med ett skratt. Att bo i ett annat land har varit en värdefull erfarenhet och hon har fått en djupare förståelse för både olika sätt att tänka och leva.

Kvinnligt tema

Som den konstnärliga person Sylvie är har hon ständigt nya projekt. Just nu arbetar hon med att skapa en kroppsskulptur av 200 hopflätade piprensare, som ska kläs med frigolit och blommor. Att få skapa är

livsviktigt för henne, ett sätt att fortsätta utforska och uttrycka det som rör sig inom henne.

Ett återkommande tema i hennes konst är kvinnan; kroppen, uttrycket och kvinnors roll i samhället. Hur vi använder våra kroppar och påverkas av förebilder och ideal, men även hur vår självbild förändras med åren. Även om Sylvie inte definierar sig som feminist, är hennes intresset för kvinnors villkor starkt.

Stark drivkraft

Man kan undra var Sylvies starka drivkraft kommer från, hennes förmåga att lyssna

inåt och stå stadigt i sin egen övertygelse. Hon har hittat ett eget uttryck och låter sig inte styras av andras åsikter.

– Jag vill inte leva mitt liv till 20 procent, det är 100 procent och det är nu, säger Sylvie.

På väggen hemma har hon skrivit orden "I am my own limitation, I am my own freedom", ett motto hon strävar efter. För Sylvie är konsten inte bara ett yrke, utan ett sätt att leva och följa sitt hjärta. För att begränsa sig själv, det finns inte på hennes karta. Livet är här och nu – Sylvie dansar fortfarande, bara med andra uttryck.

HÖSTENS FAVORIT ÄR HÄR IGEN

VI SES I MONTER
B02:21
PÅ FORMEX



MITT & DITT
underbara liv
DESIGN BY L&K

info@mittditt.se | 0660-220025 | mittditt.se | @mittditt

Vi ses på Formex

26–28 augusti är det dags för Formex höstmässa.

Vi vill såklart att ni ska besöka våra vänner som väljer att synas i fiori.



ALot Decoration

B05:17



Eldgarden

B02:17



Finsmakeriet

B07:17



Mitt & Ditt

B02:21



Sköna ting

A12:20



Ensi

B05:21



Miljögården

A09:10



Wikholm

A10:22

0% fat
0% salt
0% sugar

100% LOVE

 Alla rosor med varumärket Florist Selection är Fairtrade-märkta.

Kvalitetsrosorna finns i varierande längder för dina egna proffsigt komponerade buketter eller att säljas som de är i den eleganta leveransförpackningen. Ett unikt floristanpassat Fairtrade-koncept. Rätt rosor skapar den rätta känslan.

ROSES WITH NAMES
Florist Selection
With care for beauty and professional design

floristselection.se

I detta nummer djupdyker vi i 1980-talets trender inom branschen.

80- TALET

TEXT: MADELEINE HARALDSSON

FOTO: INTERFLORA OCH CAROLINE SUHRS ARKIV

1980-talet blev ett årtionde där floristiken både bevarade sina rötter och sträckte sig mot nya höjder. Med teknisk skärpa, färgstarkt mod och en nyfiken blick mot omvärlden.

1980-talet var en tid då Sverige förändrades i grunden. Den svenska medelklassen växte, ekonomin blev mer internationell och människor började konsumera på ett sätt som påverkats av trender och livsstilar från hela världen. Charterresor till Medelhavet blev nästan självklara, postorderkataloger från Ellos och Haléns låg på varje köksbord, och nya rätter som Flygande Jakob, räkcocktail och kassler med ananas intog middagstallrikarna. Det var en tid av

blandning mellan tradition och experimentlusta – en perfekt grogrund för floristiken att utvecklas i.

Det var inte bara ett decennium av pasteller, plast och axelvaddar – det var också tiden då blomsterbutikerna började spegla ett nytt samhällsideal. I ett Sverige som präglades av framtidstro, globalisering och individualism, började floristerna omvärdera sin roll. Blommor var inte längre enbart något man gav vid högtider, de blev ett uttryck





Växtarrangemang i kampanjformat – ett exempel på hur floristrycket började standardisera både stil och pris under 80-talet.



Säsongens bukett med ett fast pris på 20 fleuriner.

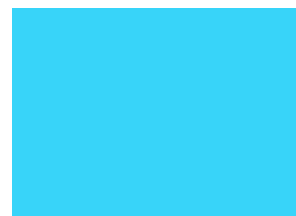


Klassisk 80-talsbukett i stilen "fri form".



Ett typiskt skandinaviskt 80-talshörn med färgstark inredning, grafiska mönster, tidstypiska krukväxter och en kvinna i oversize-tröja och höga jeans – allt i sann retroanda. Foto: AI-genererad bild

1980





Det var ett färgstarkt och experimentellt årtionde. Florister började använda sprayfärg, plastmaterial, färgade blad och strukturmateriale som liatris i sina arbeten."

för stil, status och känsla. Floristyrket professionaliserades och inspirerades av mode, formgivning och inredning, men också av en vilja att bryta med gamla mönster.

Högtiderna som speglar tiden

Under 80-talet blev brölloppen större, pampigare och mer inspirerade av kungliga vigslar. Puffärmar, spets, kaskadbuketter och exotiska blommor som stargazer-liljor och anthurium var omåttligt populära. Floristerna anpassade sina arbeten därefter och skapade ofta storslagna, rundbundna eller droppformade brudbuketter.

Samtidigt började begravningsbinderiet förändras.

Även om liljor och nejlikor levde kvar, ökade efterfrågan på personliga arrangemang, gärna med färger och former som speglade den avlidnas personlighet. Det var ett första steg mot det mer individualiserade begravningsbinderi vi ser idag.

Den formala stilen och floristikens stildefinitioner

Det var under 80-talet som den formala stilen slog igenom på bred front i Sverige, då benämnd fri form. Med sina tydliga kontraster och fokusering på en solitär blomma som framhävdes med kontrastrikt material,

Visste du att:

- Exotiska blommor som anthurium och protea blev allt vanligare i floristernas sortiment under 80-talet.
- Samtidigt prydde saintpaulia, porslinsblomma och novemberkaktus nästan varje svensk fönsterbräda.



En ung Caroline Suhr i tävlingsammanhang. Ett tidstypiskt foto med infärgade blad.

erbjöd stilen ett helt nytt sätt att tänka kring floristiskt uttryck. Det var många svenska florister som arbetade i Norge där snittblommorna redan då var extremt dyra. Det var när dessa florister kom hem från Norge som de enkla solitära buketterna blev populära även i Sverige.

Stilbegreppen som idag känns självklara – dekorativ, vegetativ, formbunden och formal – började nu användas mer systematiskt. Istället för att

floristen "gick på känsla" började man undervisa i stillära. Det skapade ett nytt gemensamt språk i branschen, och lade grunden för den stilmedvetenhet som idag präglar yrket.

Material, form och färg

Det var ett färgstarkt och experimentellt årtionde. Florister började använda sprayfärg, plastmaterial, färgade blad och strukturmateriale som liatris i sina arbeten. Den intensiva stargazer-liljan blev

wikholmform

HÖST/VINTER 2025

VÄLKOMMEN!

Härliga höst! Vi bjuder in till höstinspiration i vårt Showroom i Borås.
Katja Palmblad dukar upp sin färgstarka mat med inspiration från blommor och trädgård.
Anna Starrén delar med sig av sina bästa skyltningstips och roligaste upptåg.
Dessutom höstiga erbjudanden exklusivt för Öppet Hus.
Begränsat antal platser - skynda att boka på wikholmform.se

PREVIEW

Redan nu har vi premiär för vår/sommar 2026 i vårt showroom i Borås

HOPPAS VI SES PÅ FORMEX
26-28 augusti – Monter A10:22



Ittens färgcirkel blev ett konkret verktyg för att skapa både harmoni och kontrast. Den intuitiva känslan för färg kompletterades nu av teori."

ett kännetecken för decenniet – doften var tung och uttrycket dramatiskt.

Samtidigt introducerades Johannes Ittens färglära på floristutbildningarna. Ittens färgcirkel blev ett konkret verktyg för att skapa både harmoni och kontrast. Den intuitiva känslan för färg kompletterades nu av teori – en utveckling som påverkade allt från butiksgestaltning till tävlingar. Det var färg med intention.

Floristtävlingarnas glansdagar

Tävlingarna blomstrade under 80-talet. Stockholmsmästerskapet, senare kallad Stockholm Open, blev landets mest prestigefyllda floristtävling, med klasser för debutanter, seniorer och veteraner. Dessutom arrangerades SM i blomsterbinderi och flera interna tävlingar inom Interflora.

Tävlingarna blev inte bara tillfällen för gemenskap och utbyte, utan viktiga plattformar för stilutveckling, yrkesmässig fördjupning och inspiration. Nya idéer testades, domarteknik förfinades och unga

talanger fick utrymme att växa. För många florister blev tävlingarna en möjlighet att synliggöra sin kompetens, bygga nätverk och få erkännande inom yrket. Tävlingarna började på allvar bli en viktig arena för utvecklingen i branschen – både konstnärligt och kommersiellt.

Kunskap, konkurrens och förändrad struktur

1982 markerade starten för Interflora Universitetet – ett omfattande utbildningsprogram som delades upp i fyra fakulteter: yrkeskunskap, varukunskap, marknadsföring och ekonomi. Florister kunde samla utbildningspoäng och vid 80 poäng titulera sig legitimerad florist. Samma år lanserades även en ny ekonomiutbildning som lade grunden för det så kallade rosa köpmansbrevet, i tre nivåer. Den nya utbildningssatsningen bidrog till att sprida ekonomisk kunskap och affärstänk inom Interflora.

1982 grundades också Svensk Blomsterförmedling i Malmö av Peter Jungbeck och Lars Hedberg – ett initiativ som snabbt kom att förändra marknaden. Företaget



Stockholmsmästerskapet. En säck med blommor – bidrag från Lars Larsson. Günter Ortschikowski plockar upp färgerna från vaser i buketten.

Gröna lådan den digitala vändpunkten

När den så kallade "gröna lådan" infördes som pilotprojekt i början av 80-talet delades branschen i två läger. Många ansåg att datorer var för krångliga – florister kunde blommor, inte teknik. Andra var övertygade om att det var nödvändigt att följa med i utvecklingen. Interfloras piloter reste runt och utbildade butikerna i hur lådan fungerade i praktiken. Systemet installerades successivt i allt fler butiker. I början kunde maskinen krångla och mata ut meter av utskrifter under natten, men med rätt instruktioner – som att trycka på reset-knappen – löstes problemen snabbt. Den 17 oktober 1983 skickades det allra första datablommogrammet. Det blev startskottet för blomsterbranschens digitala resa.



Interfloras förbud mot att florister samtidigt anslöt sig till andra förmedlingstjänster prövades i Marknadsdomstolen – och fälldes som konkurrenshämmande.

bytte senare namn till Euroflorist, som idag är en av Europas största blomsterförmedlingar. Under det nya namnet utmanade de det etablerade Interflora med ett modernare och mer teknikdrivet förmedlingssystem.

Att initiativet växte fram parallellt med Interfloras starka position skapade stor uppståndelse i branschen. Många långa relationer splittrades, och det var även där som branschen började splittras. Det uppstod ett "vi och dom", och få florister valde att samarbeta med båda systemen. Euroflorist blev snabbt en växande aktör och

bidrog till att omdefiniera hur blomsterbeställningar hanterades. Det var startskottet för en ny tid, mer digital, flexibel och konkurren utsatt.

Dubbelanslutning, rättslig prövning

Frågan om dubbelanslutning – att en butik skulle kunna vara ansluten till både Interflora och en annan förmedlingstjänst – blev snart föremål för konflikt. Interfloras stadgar förbjöd detta, vilket ledde till en uppmärksam tvist som prövades av Marknadsdomstolen. Utfallet blev att Interflora



Dekoration för din personliga stil

NORDISK OCH TIDLÖS DESIGN. I nästan två decennier har vi skapat funktionella trädgård- och inomhusdetaljer utan att göra avkall på design och stil. Med tidlös formgivning och återvunna rustika material håller våra produkter säsong efter säsong. Oavsett om du söker dekorationer till trädgården, uterummet eller fönsterkarmen hjälper vi dig att sätta en personlig stil på ditt hem.

Upptäck hela vårt sortiment på Formex, B02:17.

eldgarden.se
@eldgarden

fick backa – det ansågs konkurrenshämmande att förhindra florister från att ansluta sig till andra system.

En ny maktbalans

Samtidigt genomgick Interflora en förändring av mer strukturell karaktär. Redan 1973 hade organisationen ombildats från förening till aktiebolag – ett steg som blev nödvändigt då omsättningen helt enkelt blivit för stor för att kunna hanteras inom föreningsform. Effekterna av bytet märktes troligen direkt, men det var under 1980-talet som det blev allt mer påtagligt hur mycket som faktiskt förändrats.

Den tidigare platta hierarkin, där varje medlemsbutik haft en lika stark röst, ersattes med ett system där de största butikerna kunde köpa fler aktier och därmed

få större inflytande. Många upplevde att det växte fram ett A- och ett B-lag. Den tidigare känslan av gemenskap och jämlikhet ersattes av en struktur där de största butikerna fick mest inflytande.

1987 togs också beslut om att börja använda begreppet Blommogram officiellt – ett namn som snabbt blev synonymt med blomsterförmedling och som än idag är varumärkesskyddat av Interflora.

Konsumtionsmönster och livsstil

Under detta decennium gick drygt 20–25 procent av hushållens budget fortfarande till mat, men samtidigt började man unna sig annat – som blommor. En bukett till sig själv eller som värdinnegåva blev allt vanligare. Det blev också vanligare att gå ut och äta eller ta en fika på café – särskilt

i städerna. Restauranglivet började ta större plats, och butikernas roll som lokala mötesplatser stärktes.

En bukett på middagsbordet blev ett uttryck för både vardagslyx och livsstil. Det var också en tid då blommande krukväxter hade en självklar plats i många hem – från porslinsblommor till saintpaulia och novemberkaktus. Samtidigt växte Formex-mässan till att bli en självklar plats för florister att hämta inspiration, både inom blommor och inredning.

Utvecklades mot heminredning

En av leverantörerna som etablerade sig under 80-talet var Miljögården, företaget grundades 1985 av Ulf och Barbro Wihlborg. Deras första sortiment bestod av porslinsdockor, men verksamheten



Koncept som Växtriket, Rosa Kedjan och Interflora byggde varumärke och breddade utbudet.



Efter några trevande första år blev satsningen på Alla Hjärtans Dag en riktig succé, med stor utdelning.



Satsningen på Blommogram under 1983, med rutter som Örebro-Tokyo och fler, ledde till en tydlig volymökning.

1980

IKEA börjar visa blommor i sina katalogmiljöer – gröna växter blir trendiga igen.

1981

Sverige har hög inflation – snittblommor blir dyrare att importera.

1982

Interflora Universitetet grundas. Rosa köpmansbrevet introduceras ett steg mot ökad kunskap i ekonomi och affärsmannaskap.

1983

Sveriges Radio lanserar "Ring så spelar vi" – en klassiker i blomsterbutiker på lördagsmorgnar.

1984

Alla orter är nu uppkopplade i det datoriserade ordersystemet ett stort tekniksprång för branschen.

1980

1981

1982

1983

1984

1982

Euroflorist grundas (under namnet Svensk Blomsterförmedling) i Malmö.

1983

4 000 florister utbildas i det nya ordersystemet. Interflora köper Teleflores varumärke och inkräm – en affär som stärker företagets marknadsposition.

1984

Charterresor når rekordnivåer – Medelhavet lockar svenska barnfamiljer.



Kedjeutvecklingen tog fart, med omfattande och riktad marknadsföring.



utvecklades snabbt mot heminredning. År 1991 öppnade de en egen möbelfabrik i Polen där Ulf själv ritade möblerna.

Företaget blev med tiden en välkänd aktör inom floristvärlden och ett exempel på hur gränsen mellan blommor och inredning började suddas ut. På Formex var Miljögården en av flera utställare som inspirerade florister att tänka i hela miljöer – från bukett till vas, från växt till rumsupplevelse. Idag drivs Miljögården av sonen Joakim Wihlborg.

Flygande holländare

Under 1980-talet dök också så kallade "flygande holländare" upp – blomsterhandlare från Nederländerna som sålde direkt från lastbil till blomsterbutikerna. Priserna var låga och försäljningen ritade om den svenska grossistkartan. Det skapade frustration i branschen, både kring konkurrens och skattefrågor. Samtidigt började plastens roll ifrågasättas. Diskussionen om hållbarhet tog sina första stapplande steg och påverkade både paketering och materialval.

Avtryck som lever kvar

Sammanfattningsvis kan man säga att 1980-talet var en brytpunkt där tradition mötte förnyelse. Floristiken blev mer stilmedveten, utbildningen mer strukturerad och tekniken tog plats i vardagen. Men kanske viktigast av allt: det blev tydligare att floristen inte bara sålde blommor – utan upplevelser, känslor och uttryck.

Det var ett årtionde som lade grunden för den yrkesstolthet, det formspråk och den affärsmässighet som än idag präglar branschen. Spåren av 80-talet syns fortfarande – i varje färgval, varje solitär och varje butik som vill vara mer än bara en blomsterhandel.



Alf Andersson hade en butik i Nynäshamn.

1985

Formex växer och lockar allt fler florister med fokus på butiksmiljö och inredning.

1986

Diskussioner om plastens miljöpåverkan tar fart.

1987

"Blommogram" blir officiell term – starkt kopplat till Interfloras varumärke.

1988

Färglära enligt Itten blir en självklar del i floristutbildningen.

1989

Berlinmuren faller – världen förändras, och svenska florister inspireras av öst och väst.

1985

1986

1987

1988

1989

1988

Interflora har 550 butiker fördelade på 42 grupper – en av branschens största sammanslutningar.

Framtiden är här

Alla ska med på AI-tåget

För många känns det fortfarande främmande och kanske också skrämmande. Men AI är inte bara för stora företag – det är en möjlighet för alla florister att arbeta smartare och mer effektivt.

Den här artikeln går igenom vad AI är, varför det är viktigt för dig som florist eller butiksägare att hänga med, och hur du kan dra nytta av AI-verktyg som ChatGPT både i jobbet och i vardagen.

Varför AI är viktigt för florister

Det råder ingen tvekan om att AI är på väg att förändra vårt samhälle på en skala som kan jämföras med när glödlampan uppfanns. Då gick vi från att vara begränsade till den tid då solen lyste upp världen, till att själva bestämma att det ska vara ljus till sent på kvällen. Så att som florist tänka "Det rör inte mig" är en farlig fälla att fastna i. Att inte förbereda sig kan innebära att du missar stora möjligheter – från att hantera bokföring smartare till att dra nytta av AI:s hjälp i din dagliga verksamhet.

Vad är AI och ChatGPT?

AI (artificiell intelligens) är ett samlingsnamn för datorprogram som kan lösa

uppgifter på ett sätt som vi människor tidigare behövde hantera själva. Det kan vara allt från att känna igen mönster i stora mängder data till att felsöka sagda data på ett sätt som aldrig varit lättare.

ChatGPT är ett exempel på ett AI-verktyg. Det är en slags "chatt-robot" som du kan ställa frågor till eller be om hjälp med olika text relaterade uppgifter. Tänk dig att du har en digital assistent som alltid är vaken och redo att brainstorma, korrekturläsa eller sammanfatta information åt dig. ChatGPT kan hjälpa dig med allt från att skapa texter till att få inspiration för buket-tidéer – du styr vad AI:n ska göra och den hjälper dig med just det du behöver.

AI:s potential i blomsterbutiken

Om du till exempel behöver visa ett brudpar en visualisering av en brudbåge i andra färger än en bild från tidigare uppdrag, kan AI justera färgerna. Det gör det enklare för dig att presentera nya idéer och spara tid på att skapa förslag.

För marknadsföring och sociala medier kan AI hjälpa dig att snabbt skriva professionella inlägg. Om du känner dig osäker på vad du ska skriva i nästa Instagram- eller Facebookinlägg, kan du be ChatGPT om hjälp med att formulera texter och få inspiration till innehåll. På så sätt kan du hålla dina sociala medier aktiva och intressanta utan att behöva lägga mycket tid på att fundera över vad du ska skriva.

Bokföring och planering med AI

Om ni inte har börjat använda AI i er bokföring är det dags att börja fundera på hur det kan hjälpa er. Många florister är skeptiska och tycker att det kan bli problematiskt om något går fel, men sanningen är att AI kan frigöra tid och hjälpa er att fokusera på det som verkligen betyder något. AI kan fungera som en ekonomiassistent som hjälper till att organisera fakturor, inköp och hålla ordning på andra viktiga siffror.



Foto: bilden är AI-genererad

Viktigt att tänka på

När du använder AI-verktyg som ChatGPT är det viktigt att vara medveten om vilken information du delar. Undvik att mata in känslig kundinformation eller ekonomiska detaljer och använd AI på ett sätt som respekterar både din och kundens integritet.

Kom igång med AI

För att komma igång med AI, börja med att testa något enkelt. Surfa in på en tjänst som ChatGPT, skapa ett konto och börja experimentera. Du kan till exempel börja med att be AI om hjälp med att skriva ett inlägg på sociala medier eller skapa en lista med idéer för veckans inköp.

Ta hjälp av någon som redan är bekant med AI – kanske en vän, barn eller barnbarn – som kan ge dig en kort genomgång.

Det är också bra att hålla sig uppdaterad om AI:s utveckling genom att läsa artiklar och nyheter om ämnet. Det kommer att hjälpa dig att förstå de olika möjligheterna och riskerna med AI.

AI är här och utvecklingen går snabbt. Det är viktigt att du hänger med på en grundläggande nivå för att fatta bättre beslut och spara både tid och pengar. AI är inte en fluga som kommer att blåsa förbi – det är något som kommer att förändra samhället i grunden och skapa nya möjligheter för alla som är villiga att ta steget. Vem vet – i framtiden kanske du själv kommer att vara en AI-PT – en person som tränar och anpassar AI för att hjälpa andra florister att arbeta ännu mer effektivt och kreativt med digitala verktyg. Möjligheterna är oändliga!

Tips! Prata med AI som med en kollega

Du behöver inte vara stel, kort eller "kommandobetonad" när du skriver till AI. Det blir ofta bättre om du är trevlig, precis som i ett mejl till en medarbetare:

"Hej! Jag jobbar med höstnyheter just nu. Kan du hjälpa mig skriva tre produkttexter som känns varma, men ändå tydliga?"

Sådana formuleringar funkar utmärkt. AI är tränad på mänskligt språk och svarar bättre när du skriver naturligt. Det gör det också roligare att jobba tillsammans. Tänk dig AI:n som en nyfiken, snabb och lite överambitiös praktikant – du styr, den hjälper.

Höstpaj – plommon & vanilj



Serveringstips! God både ljummen och kall – gärna med vaniljglass, lättvispad grädde eller en klick crème fraîche.

DU BEHÖVER

Pajdeg

- 150 g smör, kallt och tärnat
- 4 dl vetemjöl
- 2 msk strösocker
- 2–3 msk kallt vatten

Fyllning

- 8–10 plommon, urkärnade och skivade
- 1 dl strösocker
- 1 msk majsstärkelse
- 1 tsk vaniljsocker
- 1 krm malen kanel (valfritt)
- 1 msk citronsaft

Pensling och topping

- 1 ägg, uppvispad
- 1 msk råsocker eller pärlsocker (för knaprig yta)

GÖR SÅ HÄR

1 Blanda degen: Mixa smör, mjöl och socker tills det blir smuligt. Tillsätt kallt vatten och arbeta snabbt ihop till en deg. Dela degen i två delar, platta till dem och täck med plastfolie. Låt vila i kylan minst 30 minuter.

2 Förbered fyllningen: I en bunke, blanda plommon med socker, majsstärkelse, vanilj och citron, plus eventuell kanel. Låt stå medan du kavlar ut degen.

3 Montera pajen: Kavla ut en degbit och klä en pajform (24 cm). Häll i plommonblandningen. Kavla ut den andra degen och skär i remsor, lägg dessa sedan över fyllningen i ett galler mönster.

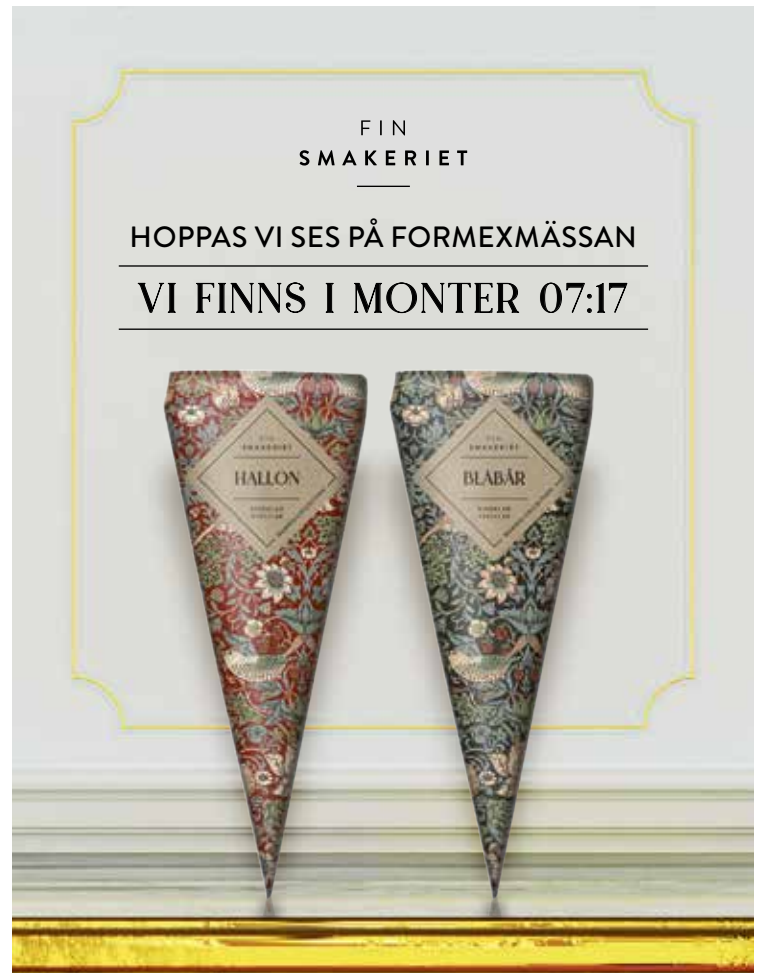
4 Pensla och grädda: Pensla gallret med ägg och strö över råsocker. Grädda i mitten av ugnen, 200°C i ca 35–40 minuter tills ytan är gyllene och fyllningen bubblar.



**BLOMMOR LÖSER
INTE ALLA PROBLEM.
MEN DE ÄR
EN BRA START.**



info@arnesblommor.se arnesblommor.se



FIN
SMAKERIET

HOPPAS VI SES PÅ FORMEXMÄSSAN
VI FINNS I MONTER 07:17

Boka annons
i nästa nummer!

fiori
MAGAZINE

Madeleine, 035-13 3710
fiorimagazine.se | madeleine@fiorimagazine.se

Välkommen till vår
botaniska värld!

Formex A12:20

Sköna Ting
www.skoning.com

Framtiden

handlar om större frihet

Vi söker drivna och kreativa florister som vill vara med och tillsammans utveckla framtidens förmedlingstjänst. Ansök nu.



mazzo.se