

Mognadsfas, inte invasion

Halvårsbokslut: AI och svensk platsannonsermarknad H1 2026

AI-Pulsen Rapport 12

Publicerad 24 juni 2026

Mats Lindholm, Lindholm Co

Vad första halvåret 2026 visar om språket, kraven, junior-segmentet och AI:s spridning i svensk arbetsmarknad.

Sammanfattning

Första halvåret 2026 visar att Rapport 10:s mognadsfas-tes — synliga AI-markörer planar ut medan strukturella mönster består — gäller för hela platsannonsermarknaden, inte bara för stilometri.

Fyra huvudfynd:

- **Volymen växer, strukturen håller.** 221,433 → 290,226 annonser (+31 %). Andelen med högskolekrav flyttar sig från 13.75% till 14.46%. Marknaden expanderar utan att kraven dramatiseras.
- **Språket mognar — den synliga jargongen försvinner.** Lexikala AI-markörer som "dynamisk", "skraddarsy", "utforska", "holistisk" faller mellan 11 och 44 % från H1 2025 till H1 2026. Statistiskt mycket starkt ($p < 0,001$ för de skarpaste).
- **Strukturen förstärks.** Mean sentence length ökar med 6,9 %, variationen i meningslängd med 18,1 %. Båda effekterna stora (Cohen's $d \approx 0,23$). Skribenter har lärt sig undvika jargong-orden — men inte de strukturella mönstren.
- **Junior-segmentets paradox.** Bemannings/rekryteringsandelen av junior-annonser faller från 37.71% till 33.92% — samtidigt som andelen juniorer som möts av ≥ 3 års erfarenhetskrav ökar från 46.50% till 51.77%.
- **AI nämns oftare — men spridningen är mestadels på arbetsgivarnivå, inte yrkesnivå.** Aggregatet växer från 0.59% till 0.84%. Men när varje yrkes uppgång verifieras statistiskt visar det sig att endast Frontend-utvecklare (+6,1 pp, $p < 0,01$) har en bred, ej arbetsgivardriven tillväxt. Övriga ökningar är driven av standardpresentationer från enskilda storarbetsgivare.

Tillsammans ramar fynden en första halvåret 2026 där AI gått från synlig nyhet till strukturellt fenomen. Den synliga AI-jargongen i annonstext minskar, junior-segmentet skiftar i två motsatta riktningar samtidigt, och AI-vokabulär normaliseras — men spridningen är i hög grad på arbetsgivarnas språkbruk snarare än faktiska kompetenskrav. Det är mognadsfasen — på fler dimensioner än bara språk.

Inledning

I Rapport 10 publicerade vi ett stilometriskt fynd från svenska platsannonser: synliga markörer för AI-skrivande — em-dash, specifika jargong-ord — toppade kring 2024–2025 och har börjat avta. Tolkningen var att vi gått in i en mognadsfas där skribenter lärt sig redigera bort de mest uppenbara spåren, medan strukturella mönster (meningslängd, variation) består.

Rapport 12 prövar samma tes mot hela platsannonsermarknaden. Sex månader senare, med data från första halvåret 2026, frågar vi: håller mognadsfas-mönstret även i de strukturella delarna av arbetsmarknaden — i kraven på utbildning och erfarenhet, i vem som annonserar för juniorer, och i vilka yrken AI faktiskt efterfrågas?

Rapporten har fyra sektioner. Den första testar Rapport 10:s stilometriska metod på H1 2026-data. De följande tre prövar mognadsfas-logiken på krav, intermediärer och AI-vokabulärspridning. Alla fyra siffrorna i sammanfattningen vilar på samma underlag — ett urval på 511 659 annonser från Platsbanken via JobTech, med stratifierad sampling där metodologisk replikering krävs.

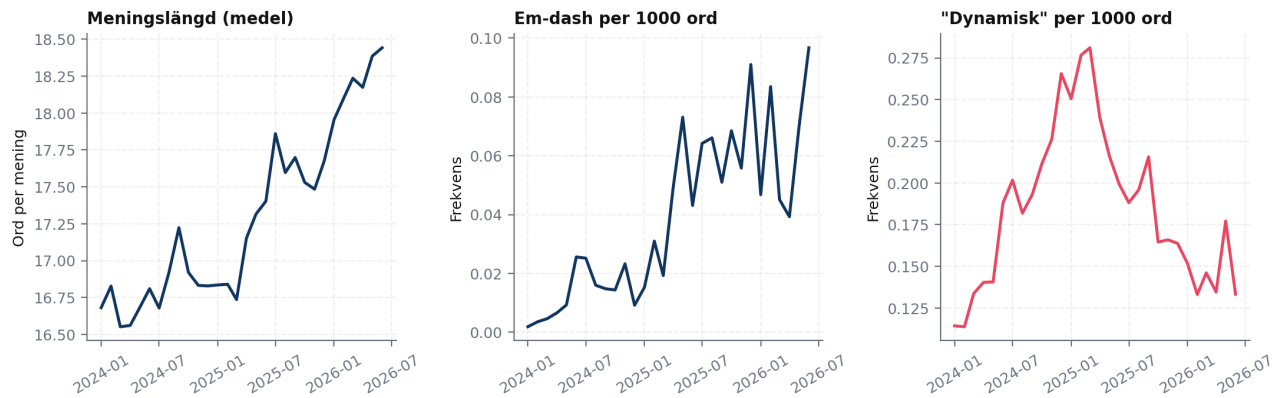
1. Språket mognar

Den lexikala AI-vokabulären faller över hela linjen — men de strukturella mönstren förstärks.

Metod

Vi använder samma stilometriska markörer som Rapport 10: tolv lexikala markörord (dynamisk, robust, holistisk, skraddarsy m.fl.), tre strukturella mönster (em-dash, "inte bara X utan Y", listpunkter) och två meningslängd-mått (medel och spridning). Sample: 3 000 slumpvis valda annonser per månad, januari 2024 till juni 2026, totalt 90 000 annonser. Statistik: Welch t-test, Cohen's d, p99-klippning av extremvärden.

Resultat



Figur 1. Tre stilometriska markörer över tid. Meningslängden och em-dash-frekvensen fortsätter stiga; den lexikala markören "dynamisk" faller.

Av de tolv lexikala markörer som Rapport 10 identifierade som AI-typiska faller åtta tydligt i H1 2026 jämfört med H1 2025. Tre ligger stabilt. En — "robust" — ökar. Tabellen visar de fem starkaste rörelserna:

Markör	Medel H1 2025	Medel H1 2026	%-förändring	Cohen's d	p-värde
dynamisk	0.244	0.146	-40.1 %	-0.139	< 0,001
skraddarsy	0.062	0.035	-43.6 %	-0.083	< 0,001
utforska	0.039	0.023	-41.6 %	-0.069	< 0,001
holistisk	0.005	0.003	-43.8 %	-0.023	< 0,05
robust	0.013	0.023	+79.4 %	+0.068	< 0,001

Strukturella mönster

Mean sentence length stiger från 17.05 till 18.22 ord (+6.9 %, Cohen's d = +0.228). Variationen i meningslängd ökar med +18.1 %. Em-dash-frekvensen fortsätter stiga (+65.1 %). Det är den paradoxala kärnan i mognadsfas-tesen: skribenter eliminerar de mest uppenbara markörerna, men de underliggande mönstren — längre meningar, mer variation, mer em-dash — finns kvar och förstärks.

Tolkning

Mognadsfas-tesen håller även när data har förlängts till juni 2026. Den blir samtidigt mer nyanserad: "inte bara X utan Y" — den mest "ChatGPT-typiska" formuleringen — faller också (-41.4 %), möjligen för att skribenter aktivt undviker den. Att em-dash-frekvensen fortsätter öka medan "inte bara X utan Y" faller säger något om vad som är *medveten* redigering och vad som är inlärd struktur.

2. Strukturen håller — kravinflationen är stabil

På aggregatnivå har kraven på utbildning och erfarenhet flyttat sig marginellt. Stabiliteten är det egentliga fyndet.

H1 2025 omfattade 221,433 platsannonser, H1 2026 290,226 — en volymökning på 31 %. Trots det är de strukturella kravnivåerna nästan oförändrade:

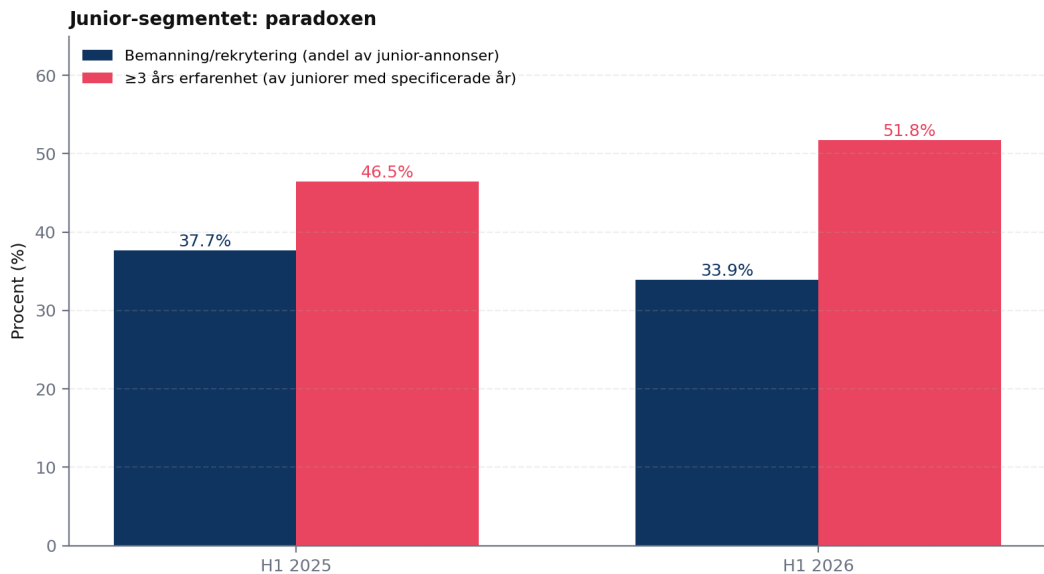
Krav	H1 2025	H1 2026	Förändring
Andel med högskolekrav	13.75%	14.46%	+0.71 pp
Andel med master-krav	2.36%	2.38%	+0.02 pp
≥3 års erfarenhet (av de som specificerar)	73.28%	74.03%	+0.75 pp
Credential-inflation-signal	13.87%	14.58%	+0.71 pp

Att alla fyra nyckelmått rör sig under en procentenhet medan annonsvolymen ökar med 31 % är i sig en stark observation. Kravinflationen har varken accelererat eller minskat. Den ligger stabilt — vilket är vad mognadsfas-tesen förutsäger för strukturella mönster.

Den ursprungliga planen för Rapport 12 inkluderade en nedbrytning per SSYK 1-siffer-grupp. Under valideringen upptäckte vi att fältet `ssyk_kod` i datapipeinen inte konsistent matchar SSYK 2012:s officiella huvudgruppsindelning — vilket gör all huvudgruppsbaserad nedbrytning osäker. Vi har därför valt att inte rapportera den i den här omgången. Problemet är dokumenterat separat och kommer åtgärdas för framtida rapporter.

3. Junior-segmentets paradox

Bemannings grepp om junior-annonserna släpper — samtidigt som juniorerna möts av allt högre erfarenhetskrav.



Figur 2. Junior-segmentets dubbla rörelse i H1 2025 vs H1 2026.

I Rapport 11 (Portvakterna) konstaterade vi att 66 % av junior-annonserna för utvecklare gick via bemannings- och rekryteringsbolag — mer än dubbelt så hög andel som på totalmarknaden (14 %). Sex månader senare har det mönstret börjat normaliseras.

Bemanningsandelen faller

	H1 2025	H1 2026	Förändring
Junior-annonser (alla SSYK), n	1,713	1,890	
Andel från bemanning/rekrytering	37.71%	33.92%	-3.79 pp
Totalmarknadens bemanningsandel	12.24%	11.22%	-1.02 pp

Junior-segmentet ligger fortfarande på tre gånger totalmarknadens nivå, men nedgången från 38 till 34 procent över sex månader är statistiskt påtaglig. Portvakterna-fyndet håller — bemanningsbolagen är fortfarande dominerande på junior-marknaden — men deras grepp släpper marginellt.

Men kraven stiger

	H1 2025	H1 2026	Förändring
Juniorer med explicit erfarenhetskrav, n	157	226	
Andel med krav ≥3 år	46.50%	51.77%	+5.27 pp

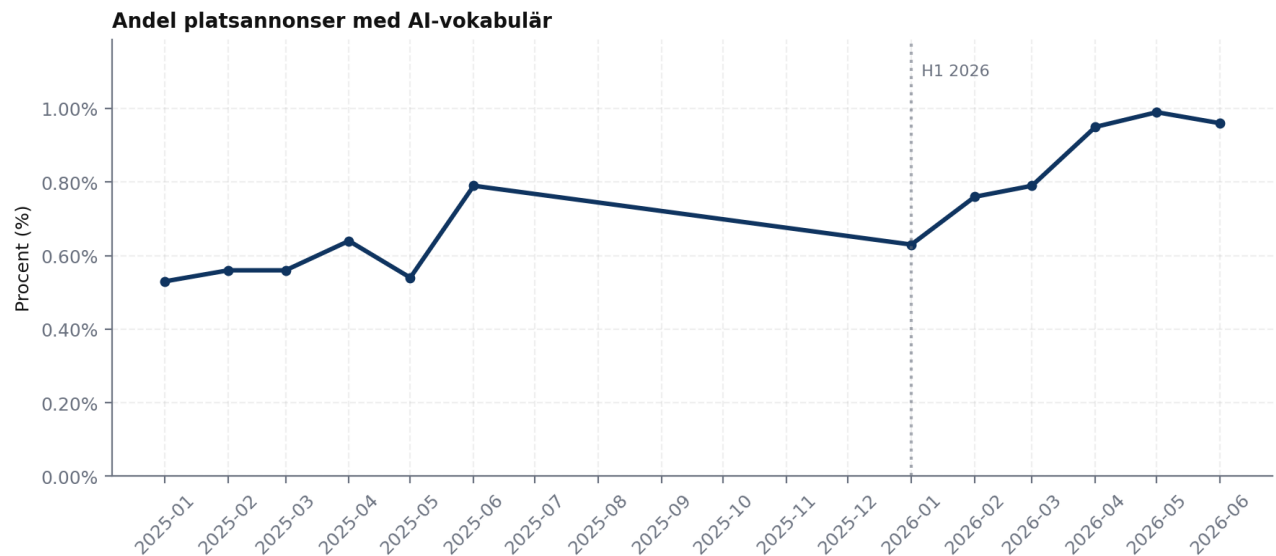
Bland de junior-annonser som överhuvudtaget specificerar år av erfarenhet kräver mer än hälften minst tre år. Andelen har stigit med över fem procentenheter på ett halvår.

Tolkning

Vi har en paradoxal dubbel rörelse på junior-marknaden. Färre annonser kommer via bemannings- och rekryteringsbolag — något har möjligen givit (kanske ekonomiska konjunkturer som tvingar slutkunder annonsera direkt, kanske en följd av den uppmärksamhet Portvakterna-rapporten väckte). Men de annonser som ändå publiceras är striktare. Mognadsfas-tesen håller: synliga signaler (vilken arbetsgivare som annonserar) ändras, strukturen (vilka krav som ställs) består eller skärps.

4. AI-vokabulär — verklig tillväxt eller boilerplate?

AI-vokabulär nämns oftare i platsannonser. Men när varje yrkes uppgång verifieras statistiskt visar det sig att spridningen drivs av två separata mekanismer.



Figur 3. Andel platsannonser med AI-vokabulär per månad (skärpt regex). Aggregatkurvan är monoton — varje månad i H1 2026 ligger högre än någon månad i jämförelseperioden.

Metod

Vi mäter andelen platsannonser vars beskrivning innehåller minst ett av: *LLM, artificiell intelligens, ChatGPT, Copilot, generativ AI, maskininlärning, machine learning, deep learning, prompt engineering, GenAI, stora språkmodeller*. "AI" som fristående tvåbokstavsförkortning exkluderas — den ger för många falska positiv från mass-mallar. För yrkesnivå-jämförelser används Chi²-test mellan H1 2025 och H1 2026. Topp 5 arbetsgivare per yrke granskas för att identifiera boilerplate-effekter.

Aggregat

	H1 2025	H1 2026
Annonser totalt	221,433	290,226
Annonser med AI-vokabulär	1,308	2,434
Andel	0.59%	0.84%

Aggregatet är robust: AI-vokabulär nämns i nästan dubbelt så många annonser i H1 2026 jämfört med H1 2025. Kurvan är monoton och accelererande. Frågan är: var sker tillväxten?

Topp 10 yrkestitlar — högst AI-andel H1 2026

Yrkestitel	Annonser	AI-andel
Data scientist	145	60.00%
Postdoktor/Postdoc	124	26.61%
Doktorand	1,116	26.43%
Dataingenjör	420	24.52%
Fullstack-utvecklare	306	21.57%

Forskarassistent	698	17.05%
Databasutvecklare	106	15.09%
Dataanalytiker	158	12.03%
Fysiker	102	11.76%
Civilingenjör, systemutveckling	527	9.87%

Som väntat: Data scientist, Postdoktor, Doktorand, Dataingenjör. Tech-yrken och forskarroller där AI är ett huvudtema. Det är inte en nyhet — det är där AI har varit hela tiden.

Verifierade förändringar H1 2025 → H1 2026

Vid statistisk verifiering (Chi²-test) och granskning av topp-arbetsgivare per yrke visar sig en betydande del av "tillväxtfynden" vara driven av enskilda arbetsgivares standardpresentationer. Tabellen visar alla yrken vi testat:

Yrkestitel	H1 2025	H1 2026	Δ pp	p-värde	Driving
Affärskonsult, IT	0.92%	8.23%	+7.31	2.4e-06 ***	Columbus Sweden (9/13)
Frontend-utvecklare	1.07%	7.18%	+6.11	2.9e-03 **	Brett spridd
Specialpedagog	0.00%	2.33%	+2.33	5.2e-04 ***	Sundsvalls kommun (18/18)
Dataingenjör	22.78%	24.82%	+2.04	5.4e-01 ej sig.	Brett spridd
Affärsutvecklare	0.88%	2.73%	+1.85	1.3e-01 ej sig.	—
Marknadskommunikatör	0.61%	1.56%	+0.95	4.0e-01 ej sig.	—
HR-specialist/HR-advisor	0.66%	0.00%	-0.66	1.0e+00 ej sig.	—
Marknadsförare	1.40%	1.92%	+0.52	5.7e-01 ej sig.	—
Mjukvaruutvecklare	9.69%	9.65%	-0.04	9.7e-01 ej sig.	Brett spridd

Driving-kolumnen visar topp-arbetsgivare per yrke som driver AI-omnämningarna. "Brett spridd" betyder att ingen enskild arbetsgivare står för mer än 30% av AI-träffarna inom yrket.

Två mekanismer för spridningen

1. Verklig spridning. Frontend-utvecklare är det enda "icke-självklara" yrket med en bred, statistiskt signifikant uppgång (+6,1 procentenheter, $p < 0,01$) som inte drivs av enskilda arbetsgivare. Det är den verkliga AI-spridningen inom tech-yrken som vi sett bygga sedan ett par år tillbaka. Tech-yrken som Dataingenjör och Mjukvaruutvecklare ligger redan på höga nivåer och visar ingen ytterligare signifikant tillväxt — AI har varit etablerat där.

2. Boilerplate-spridning. Den mest spektakulära "tillväxten" — Specialpedagog från 0 % till 2,3 % — visar sig vid granskning vara 18 identiska annonser från Sundsvalls kommun där fraserna "vi är en drivande kraft inom digital utveckling och artificiell intelligens" har lagts till i kommunens standardpresentation. Samma mönster syns hos Affärskonsult IT (9 av 13 AI-träffar från Columbus Sweden AB:s BI-konsultmall) och PostNord:s brevbärar-annonser som inte tagits med i denna verifiering. Det är AI som varumärkesfras, inte AI som arbetsuppgift.

Tolkning

Den ursprungliga hypotesen — "AI lämnar IT-avdelningen" — håller dåligt mot data. Yrkesvis sker den genuina spridningen huvudsakligen inom tech-yrken där AI redan etablerats. Det vi ser i de "oväntade" yrkena är arbetsgivare som lägger AI-fraser i sina varumärkespresentationer. Det är inte falsk reklam — det är AI-normalisering på språknivå. Och det säger något om var vi befinner oss i mognadsfasen: vid en punkt där AI är blivit signal nog att inkludera i självpresentationen, men inte alltid ett konkret krav.

En relaterad sidoobservation: två av Sveriges största arbetsgivare — PostNord och Securitas — har AI-fraser i sina annonser men drar i motsatta riktningar. PostNord uppmanar arbetssökande att *själva använda AI* när de skriver sin ansökan ("AI kan

vara ett bra stöd när du skriver din ansökan — men glöm inte att det är din personlighet som...). Securitas använder AI-assistenten Hubert för att *intervjua sökande* ("För denna tjänst kommer du att träffa vår kollega Hubert — ett AI-stöd vi använder i rekryteringsprocessen"). Det är samma teknologi i två motsatta ändar av rekryteringsprocessen. Den dubbla rörelsen är ett separat fenomen värt att följa.

Avslutning

Vad H1 2026 ramar för andra halvåret.

Fyra fynd, ett mönster. Den synliga AI-jargongen försvinner från platsannonser. De strukturella mönstren — längre meningar, högre variation, högre erfarenhetskrav på juniorer — består eller förstärks. Och AI som ämne sprider sig i platsannonser — men spridningen är i hög grad på arbetsgivarnivå (boilerplate i varumärkespresentationer) snarare än yrkesnivå. Det är mognadsfasen — på fler dimensioner än bara språk.

Två observationer för fortsatt arbete:

Den dubbla AI-flödet i rekrytering. Att PostNord uppmanar sökande att använda AI medan Securitas använder AI för att screena dem är inte ett kuriosum — det är två exempel på samma underliggande dynamik som vi även sett som "boilerplate-spridning" i Sektion 4. Den dynamiken förtjänar en egen rapport.

Junior-paradoxen. Att bemanningsandelen faller samtidigt som kraven stiger är en spänningsfull mekanik som kommer påverka hur unga får ingång till arbetsmarknaden. Vi följer den under H2.

Rapporten utgör halvårsbokslut för AI-Pulsens tre tjänster: AI-Pulsen, Arbetsmarknadspulsen och Karriärpulsen. Den följs av ett nyhetsbrev som sammanfattar fynden för en bredare publik.

Metod och data

Datakälla

Platsbanken-annonser hämtade via JobTech och lagrade i BigQuery (*gemini-clean-analysis.ai_pulsen.all_ads_master*). Period: 1 januari 2025 till 30 juni 2026. Antal annonser i grundpopulationen: 511 659 (H1 2025: 221 433, H1 2026: 290 226).

Sektion 1 — Stilometri

Stratifierad sampling, 3 000 annonser per månad, januari 2024 till juni 2026, totalt 90 000 annonser. Markörer enligt Rapport 10:s definitioner (oförändrade). Welch t-test för medelvärdesskillnader, Cohen's d för effektstorlek, p99-klippning av extremvärden per metric.

Sektion 2 — Kravinflation

Hela populationen H1 2025 + H1 2026. Källa: *v_rigidity_features*-vyn. Mått: *has_higher_education_req*, *has_masters_req*, *max_years_required*, *credential_inflation_signal*.

Sektion 3 — Intermediärer

Junior-definition: titel innehåller "junior", "nyutexaminerad", "trainee" eller "praktikant". Intermediär-definition: arbetsgivarnamnet matchar en regex med ~45 namngivna bemannings- och konsultbolag plus generiska termer (*bemanning*, *rekrytering*, *staffing*, *konsult*, *consulting*, *talent*, *people*, *interim*). Identisk med Rapport 11.

Sektion 4 — AI-vokabulär

Skärpt AI-regex: *LLM*, *artificiell intelligens*, *ChatGPT*, *Copilot*, *generativ AI*, *maskininlärning*, *machine learning*, *deep learning*, *prompt engineering*, *GenAI*, *stora språkmodeller*, *språkmodell*. "AI" som fristående tvåbokstavsord exkluderas. Yrkestitelfilter: ≥ 100 annonser i båda halvår.

Datakvalitetsförbehåll

Under arbetet med Rapport 12 upptäcktes att *ssyk_kod*-fältet i pipelinen inte konsistent matchar SSYK 2012:s huvudgruppsindelning (Mjukvaruutvecklare återfinns under SSYK 8, vårdpersonal under SSYK 1). Vi har därför inte rapporterat per SSYK-huvudgrupp. Felet är dokumenterat i *docs/ssyk-classification-issue.md* och kommer åtgärdas innan nästa rapport.