

Första jobbet tappar mark

Vem bygger vägen in?

AI-Pulsen Rapport 16

Juniorannonser, ingångskapacitet och ansvar efter valet | september 2026

Mats Lindholm, Lindholm Co

En analys av 1 622 668 platsannonser från första halvåret 2022-2026.

1. Sammanfattning

Tydligt märkta juniorannonser har blivit mindre vanliga i förhållande till hela platsannonsermarknaden. Under första halvåret föll de från 134,26 per 10 000 annonser 2022 till 74,65 år 2026 – en minskning på 44,4 procent.

Den senaste rörelsen är mer nyanserad. Mellan H1 2025 och H1 2026 ökade juniorannonserna med 14,4 procent i antal, men hela marknaden växte med 37,5 procent. Därför föll juniorandelen ändå med 16,8 procent. En kontroll som grupperar sannolika ompubliceringar ger samma riktning: 15,2 procents minskning.

Arbetsgivarsidan blev samtidigt bredare men tunnare. Antalet publicerande arbetsgivare ökade med 28,6 procent, medan annonserna per arbetsgivare minskade och andelen arbetsgivare med bara en juniorannons steg från 49,1 till 61,5 procent.

De tydligaste programspåren tappar mest. Annonser märkta trainee, graduate eller nyexaminerad föll sammantaget från 13,46 till 7,29 per 10 000 annonser mellan H1 2025 och H1 2026.

-44,4 %	+14,4 %	+37,5 %
Juniorandelen H1 2022-2026	Juniorannonser i antal H1 2025-2026	Hela annonsmarknaden H1 2025-2026

Vad detta visar

Annonsmarknaden har återhämtats utan att den synligt utpekade ingången har återhämtats lika snabbt. Det är en kapacitetsfråga: hur många arbetsgivare erbjuder återkommande, tydligt märkta vägar in?

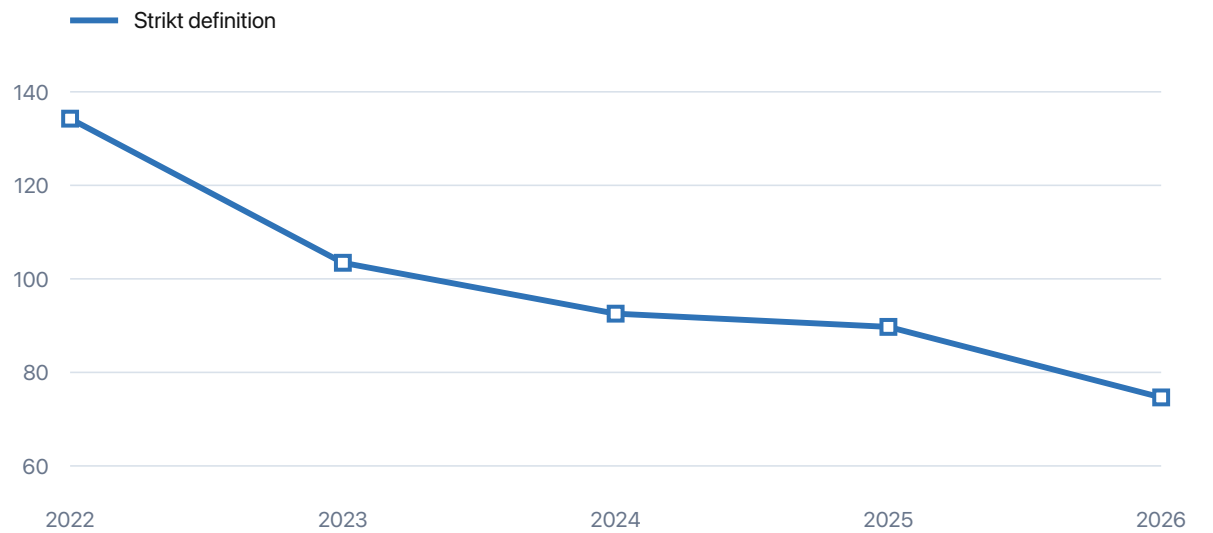
Vad detta inte visar

Analysen visar inte antalet genomförda rekryteringar och fångar inte roller som är öppna för nybörjare men saknar juniorord i titeln. Den fastställer inte heller att AI, konjunkturen eller politiska beslut har orsakat förändringen.

2. Den synliga ingången krymper

Fallet syns genom hela serien. Måttet sjunker varje första halvår 2022-2026. En bredare titeldefinition ger samma riktning, vilket gör slutsatsen mindre beroende av ett enskilt exakt sökord.

Figur 1. Tydligt märkta juniorannonser per 10 000 platsannonser



Källa: AI-Pulsens annonsregister. Januari-juni respektive år. Strikt titeldefinition från Rapport 14.

År	Alla annonser	Juniorannonser	Per 10 000	Breddad kontroll
2022	561 509	7 539	134,26	139,66
2023	268 949	2 782	103,44	107,38
2024	266 305	2 465	92,56	96,81
2025	221 433	1 987	89,73	92,80
2026	304 472	2 273	74,65	76,26

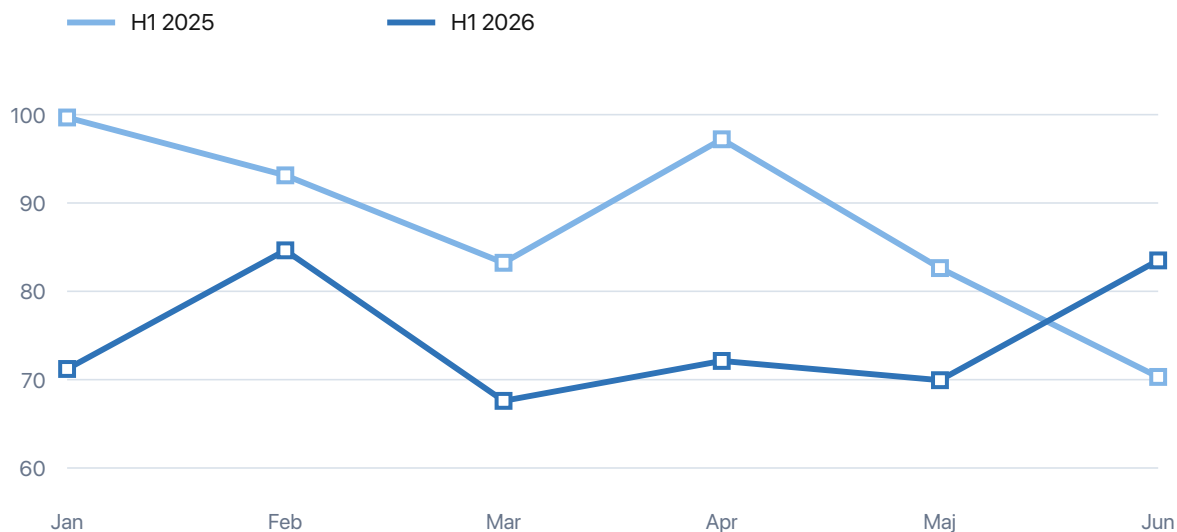
Bevisgräns: Måttet beskriver hur arbetsgivare märker rollen i annonsrubriken. Det säger inte vem som anställs eller om rollen faktiskt blev tillsatt.

3. Fler annonser - men ännu snabbare marknadstillväxt

H1 2026 innehöll 2 273 tydligt märkta juniorannonser, jämfört med 1 987 ett år tidigare. Samtidigt steg hela annonsmarknaden från 221 433 till 304 472 annonser. Junioringångarna följde återhämtningen, men höll inte jämna steg med den.

+286	+83 039	-16,8 %
Fler juniorannonser	Fler annonser totalt	Förändrad juniorandel

Figur 2. Juniorannonser per 10 000 annonser, månad för månad



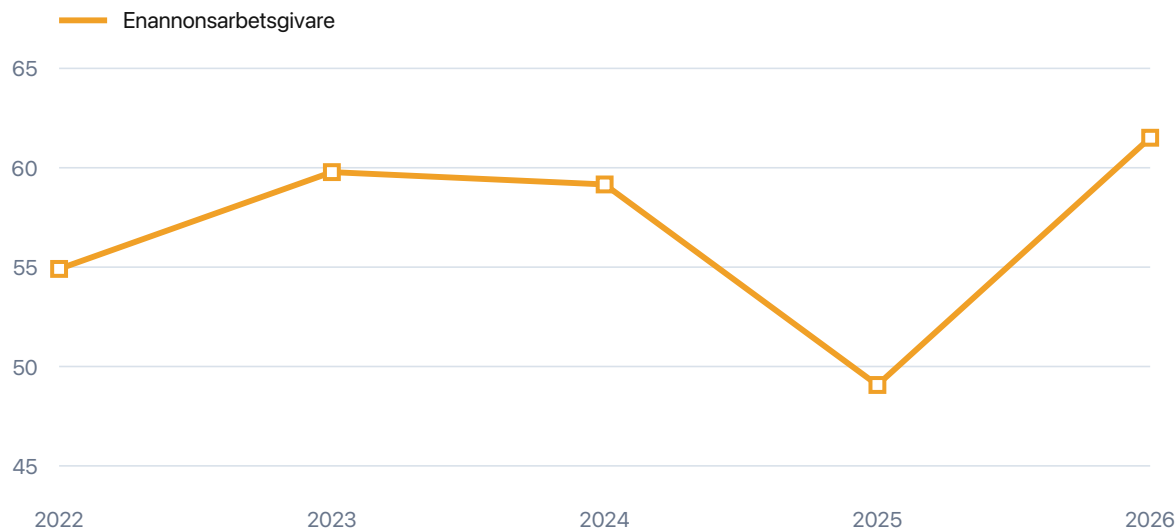
Källa: AI-Pulsens annonsregister. Fem av sex månader ligger 2026 lägre än samma månad 2025; juni bryter mönstret.

Månadsprofilen är viktig för tolkningen. Den stöder slutsatsen för halvåret, men visar också varför rapporten inte beskriver en rak eller mekanisk nedgång. Marknaden rör sig ryckigt.

4. Bredare - men tunnare

Antalet publicerande arbetsgivare ökade från 483 till 621 mellan H1 2025 och H1 2026. Men annonserna per arbetsgivare föll från 4,11 till 3,66. Fler organisationer syns alltså i segmentet, men en större andel gör det bara en gång.

Figur 3. Andel arbetsgivare med exakt en juniorannons



Källa: AI-Pulsens annonsregister. Arbetsgivarnamn är normaliserade med trimning och gemener.

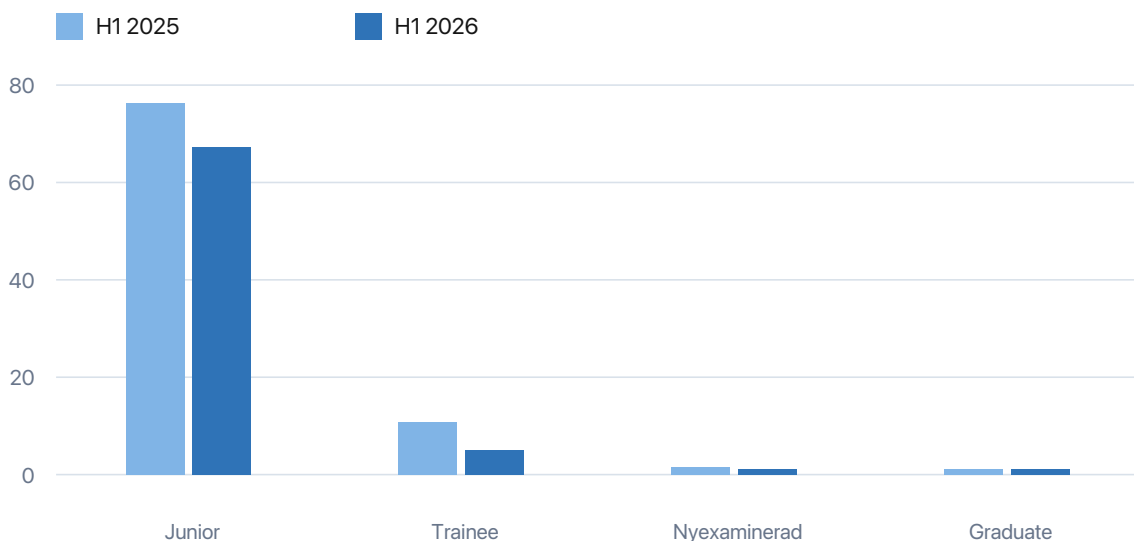
Strukturmått	H1 2025	H1 2026	Förändring
Publicerande arbetsgivare	483	621	+28,6 %
Annonser per arbetsgivare	4,11	3,66	-11,0 %
Enannonsarbetsgivare	49,1 %	61,5 %	+12,4 p.e.
Topp 10:s annonsandel	29,9 %	34,3 %	+4,4 p.e.

Arbetsgivarfältet kan avse en rekryteringsmellanhand. Måttet beskriver därför publicerande organisationer, inte säkert slutliga arbetsplatser.

5. De tydligaste programspåren tappar mest

Alla fyra ingångsetiketter tappar andel mellan H1 2025 och H1 2026. Den största rörelsen finns i de mer formaliserade programspåren: trainee, graduate och nyexaminerad.

Figur 4. Ingångsetiketter per 10 000 platsannonser



Källa: AI-Pulsens annonsregister. Varje annons tilldelas högst en etikett.

Annonser märkta trainee, graduate eller nyexaminerad föll sammantaget från 13,46 till 7,29 per 10 000 - en minskning på 45,8 procent.

Juniorannonserna ökade i antal men föll relativt marknaden, från 76,28 till 67,36 per 10 000. När uttryckliga ingångsetiketter blir mer sällsynta blir vägen in mindre synlig för den som söker sitt första kvalificerade arbete.

6. Den röda tråden: från portvakt till kapacitet

Rapport 16 står inte ensam. Den fortsätter en serie prövningar av vad som händer i övergången mellan utbildning, rekrytering och arbete.

Rapport	Fråga	Bidrag till den röda tråden
11 - Den dubbla dörren	Vem står vid dörren?	Portvakter för juniora utvecklare.
12 - Mognadsfas, inte invasion	Vilken dubbel rörelse syns?	Juniorparadoxen och löftet om H2-uppföljning.
14 - Den smala dörren	Vem publicerar juniorannonserna?	Mellanhandens roll i den synliga ingången.
15 - Kravet som inte försvann	Har formella krav lättat?	Skills-first prövat mot svensk annonsdata.
16 - Första jobbet tappar mark	Hur stor är den synliga ingången?	Ingångssegmentets relativa storlek och arbetsgivarnas återkomst.

Rapport 11 och 14 handlade främst om vem som kontrollerar vägen in. Rapport 15 prövade vad arbetsgivarna kräver. Rapport 16 flyttar fokus till kapaciteten: hur stor del av marknaden är uttryckligen avsatt för personer i början av arbetslivet?

Svaret är att den synliga andelen har blivit mindre, även när den totala annonsmarknaden växer. Det gör ansvar och uppföljning viktigare än enbart volym.

Följdfråga för H2: Stabiliseras andelen, och återkommer de arbetsgivare som bara publicerade en juniorannons under H1?

7. Efter valet: bygg mätbar ingångskapacitet

Valet är genomfört och rösterna räknas. Oavsett parlamentarisk lösning kvarstår samma arbetsmarknadsfråga: vem bygger den första bron mellan utbildning och arbete? Arbetsförmedlingen beskriver en försiktig återhämtning samtidigt som matchningsproblemen består. Våra data visar att återhämtning i total volym inte automatiskt återställer en tydlig junioringång.

Tillämpning - inte mätresultat. Punkterna nedan är förslag som följer av analysen. De är inte effekter som annonsdatan i sig har bevisat.

Arbetsgivare

Märk verkliga ingångsroller tydligt. Skilj på vad kandidaten måste kunna dag ett och vad som kan läras i arbetet. Följ dessutom om juniorrekryteringen återkommer över tid i stället för att stanna vid en enstaka annons.

Utbildningsaktörer och omställningssystem

Följ övergången till första kvalificerade jobbet, inte bara antal deltagare och examina. Redovisa tid till etablering, rollens varaktighet och progression.

Förmedlare och plattformar

Redovisa om annonsören är slutlig arbetsgivare eller mellanhand. Gör ingångsroller sökbara som en egen kategori och förklara vilka markörer som används.

Politiken

Följ ingångskapacitet som ett eget mått när kompetensförsörjning utvärderas: andel juniorroller, varaktighet, återkommande arbetsgivare och progression efter det första jobbet.

8. Metod och bevisgräns

Huvudmått

Analysen räknar unika platsannonser vars titel innehåller någon av Rapport 14:s strikta markörer: junior, nyexad, nyutexaminerad, trainee eller graduate. Antalet divideras med alla unika annonser under januari-juni samma år och uttrycks per 10 000.

Population och period

Huvudjämförelsen omfattar januari-juni 2022-2026 och totalt 1 622 668 unika annonser. Huvudsignalen avser hela annonsmarknaden, inte en enskild yrkesgrupp.

Källkvalitet

Källregistret hade vid kontrollen den 14 september 2026 totalt 3 001 326 unika annons-id:n. Inga rader saknade annons-id eller titel, och inga publiceringsdatum var ogiltiga. Rapport 14:s tidigare råpopulation på 10 968 annonser reproducerades exakt med samma strikta filter och period.

Robusthetskontroller

En breddad titeldefinition ger samma fallande trend. En kontroll som grupperar sannolika ompubliceringar ger en minskning på 15,2 procent mellan H1 2025 och H1 2026, nära huvudmåttets 16,8 procent. Ompubliceringsvyn täcker 98 procent av H1 2025 och 100 procent av H1 2026 och används därför endast som känslighetskontroll.

Begränsningar

Annonssdata visar hur roller annonseras, inte antalet genomförda rekryteringar. Titelfiltret missar jobb som i praktiken är öppna för nybörjare men saknar dessa ord. Arbetsgivarfältet kan ange en mellanhand. Analysen fastställer inte orsakssamband med AI, konjunktur eller politik. Uppgifter om numeriska erfarenhetskrav har låg täckning och används inte för huvudslutsatsen.

9. Databilaga

Tabell 1. Huvudserie, januari-juni respektive år

År	Alla annonser	Juniorannonser	Per 10 000	Förändring från föregående år
2022	561 509	7 539	134,26	-
2023	268 949	2 782	103,44	-23,0 %
2024	266 305	2 465	92,56	-10,5 %
2025	221 433	1 987	89,73	-3,1 %
2026	304 472	2 273	74,65	-16,8 %

Tabell 2. Månadsprofil H1 2025 och H1 2026

Månad	2025: alla	2025: per 10 000	2026: alla	2026: per 10 000
Januari	44 944	99,68	48 587	71,21
Februari	42 737	93,13	50 569	84,64
Mars	43 734	83,23	53 846	67,60
April	41 869	97,21	54 074	72,12
Maj	25 536	82,63	50 330	69,94
Juni	22 613	70,31	47 066	83,50

Tabell 3. Ompubliceringskontroll

År	Rå andel i täckt material	Rensad andel	Täckning
2025	88,84	87,12	98 %
2026	74,65	73,85	100 %

Anmärkning: 2025 års råandel i tabellen gäller den 98-procentiga population som ompubliceringskontrollen täcker och avviker därför från huvudmålet.

10. Källor och tidigare rapporter

Primär källa

AI-Pulsens kanoniska annonsregister i BigQuery: `gemini-clean-analysis.ai_pulsen.all_ads_master`, analyserat via kvalitetssäkrade vyer. Datakontroll genomförd 14 september 2026. Huvudseriens datastopp är 30 juni 2026.

Extern kontext

[Valmyndigheten: Valresultat 2026](#) - officiell information om rösträkningen efter valdagen den 13 september 2026.

[Arbetsförmedlingen: Arbetsmarknadsutsikterna våren 2026](#) - extern kontext om försiktig återhämtning och kvarstående matchningsproblem.

Tidigare AI-Pulsen-rapporter

[Rapport 11: Den dubbla dörren](#)

[Rapport 12: Mognadsfas, inte invasion](#)

[Rapport 14: Den smala dörren](#)

[Rapport 15: Kravet som inte försvann](#)

Om AI-Pulsen

AI-Pulsen följer hur AI, kompetenskrav och rekryteringsmönster syns i svenska platsannonser. Rapporterna skiljer mellan mätresultat, tolkning och tillämpning för att ge ett prövbart beslutsunderlag.

Kontakt: Mats Lindholm, Lindholm Co