AI-PULSEN

15 261 LinkedIn-annonser: vad skiljer dem från Platsbanken?

Jobb, språk och villkor under maj-oktober 2026
Jämförelse med 222 439 annonser från Platsbanken

AI-Pulsen | Rapport 20

Mats Lindholm

Mitt LinkedIn-urval visar en tydligare profil mot data/IT, engelska annonstexter och Stockholmsområdet. Bland matchande annonser finns både identiska texter och konkreta skillnader i villkoren. Någon generell rangordning av kanalernas krav går inte att göra.

Publiceringsversion | 11 november 2026

LinkedIn-materialet samlades in med AI-relaterade sökord.
Resultaten gäller de insamlade annonsmaterialen.

Sammanfattning

Jag har analyserat 15 261 LinkedIn-annonser från maj-oktober 2026 och jämfört dem med 222 439 annonser från Arbetsförmedlingens Platsbanken under samma period. Här är vad jag hittade. Antalen gäller poster efter rensning.

LinkedIn-annonserna samlades in genom AI-relaterade sökningar. Jag undersöker fler egenskaper än AI, men urvalet är inte ett tvärsnitt av hela LinkedIn. Jämförelsen gäller dessa två annonsmaterial.

Frågan och hypotesen

Vilka skillnader finns i jobben och i hur de beskrivs? Hypotesen är att en del av skillnaderna hänger ihop med vilka jobb som ingår. Därför jämför jag först hela materialen och sedan gemensamma titelgrupper och matchande annonspar.

Tre huvudfynd

1. Jobben har olika profil. Data/IT utgör 33,5 % av LinkedIn-materialet och 3,7 % av Platsbanken. Engelska annonstexter är betydligt vanligare i LinkedIn-urvalet, liksom platsuppgifter som anger Stockholmsområdet.

2. Fler utbildningsord betyder inte säkert högre krav. Träffar på den använda ordlistan för akademisk utbildning finns i 29,5 % respektive 13,7 % av texterna. När jobbmixen jämnas ut beror rangordningen på vilken blandning av grupper som används. Hypotesen om jobbmixens betydelse får stöd.

3. Matchande annonser kan ge olika besked. Av 956 kandidatpar har 431 identisk text efter normalisering. Närläsningen visar också konkreta avvikelser: ett konsultuppdrag anges till fyra månader i LinkedIn-texten och tolv i Platsbanken-texten.

Slutsats: materialen visar olika delar av annonseringen. För jobbsökaren och rekryteraren behöver både jobbets inriktning och de faktiska villkoren granskas. Totalandelarna avgör inte vilken kanal som ställer högst krav.

Det här är annonserna jag jämförde

Utgångspunkten är enkel: jag har samlat in många annonser. Vad blir synligt när LinkedIn-materialet läggs bredvid Platsbankens annonser från samma sex månader? Jag tittar på jobbens inriktning, annonsspråk, platsuppgifter, titlar och villkor.

Här använder jag de annonser som redan finns i AI-Pulsens BigQuery-underlag. Perioden är 1 maj-31 oktober 2026. LinkedIn och Platsbanken hålls isär. Indeed ingår inte.

Steg i urvalet	LinkedIn	Platsbanken
Poster inom perioden	17 073	272 194
Unika käll-ID:n	17 073	272 194
Användbar text och geografiskt urval	17 046	272 194
Efter exakt innehållsrensning	15 261	222 439

Källor: befintliga BigQuery-tabeller, uttag 10 november 2026. Samma grundregler används. Innehållsrensning slår samman samma normaliserade arbetsgivare, titel och annonstext. Antal poster är inte antal unika lediga tjänster.

Vad LinkedIn-urvalet betyder

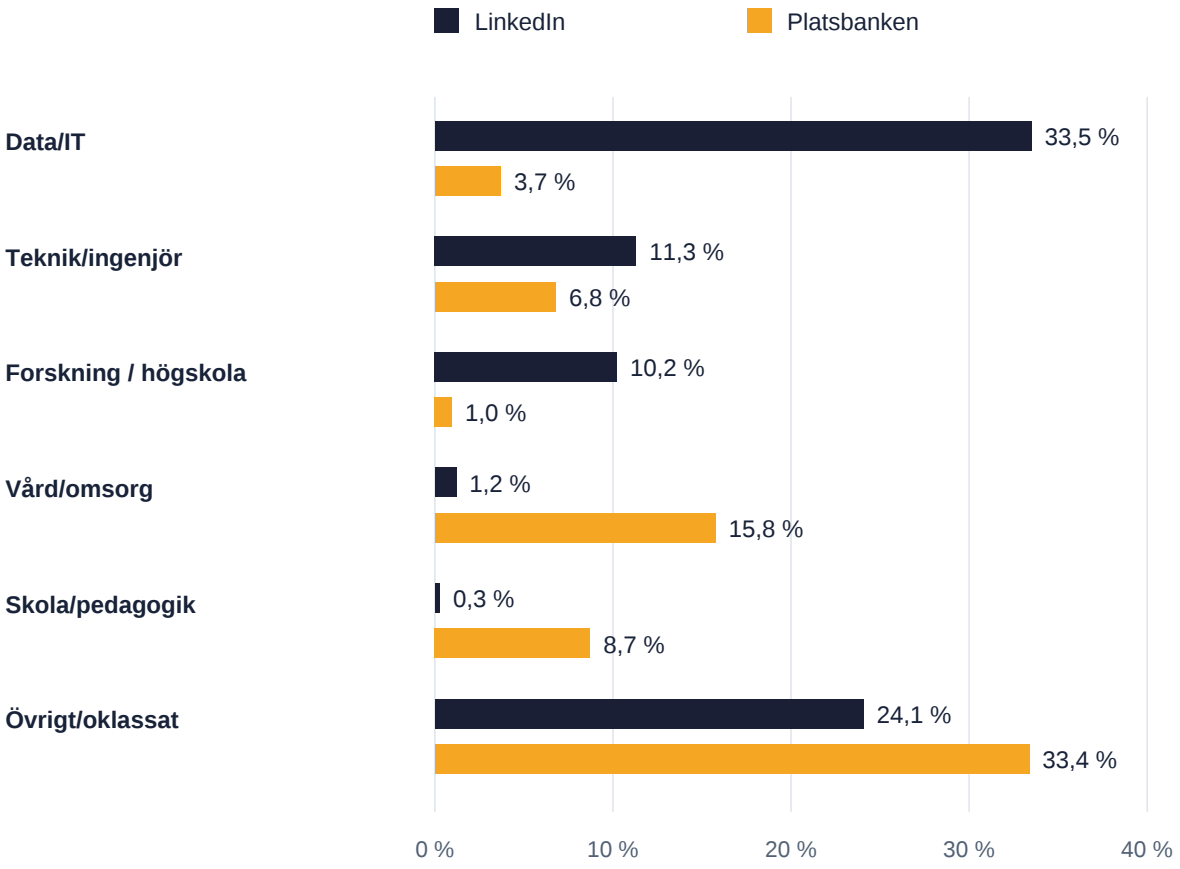
Insamlingen har sökt efter AI, machine learning, data scientist, artificial intelligence och LLM. Den fångar därför en särskild del av annonseringen. Jag lägger inget nytt AI-ordfilter på materialet: även annonser utan en sådan ordträff i den lagrade texten är med.

Det historiska LinkedIn-urvalet behålls som det är. Att ta bort ett efterföljande AI-filter gör det möjligt att undersöka andra egenskaper, men ändrar inte hur annonserna först hittades. Den bredare insamling som startade i november ingår inte i resultaten här.

Fynd 1: olika slags jobb syns

Data/IT är den största klassificerade titelgruppen i LinkedIn-materialet. I Platsbanken har vård och skola betydligt större utrymme. Skillnaderna beskriver de här underlagen och är förenliga med LinkedIn-insamlingens inriktning.

Andel inom utvalda titelgrupper



Andel av 15 261 respektive 222 439 rensade poster. Grupperna är en automatisk indelning av titlar, inte officiella yrkeskoder. Diagrammet visar sex av tretton grupper och summerar därför inte till 100 procent. Övrigt/oklassat är inte en yrkesgrupp.

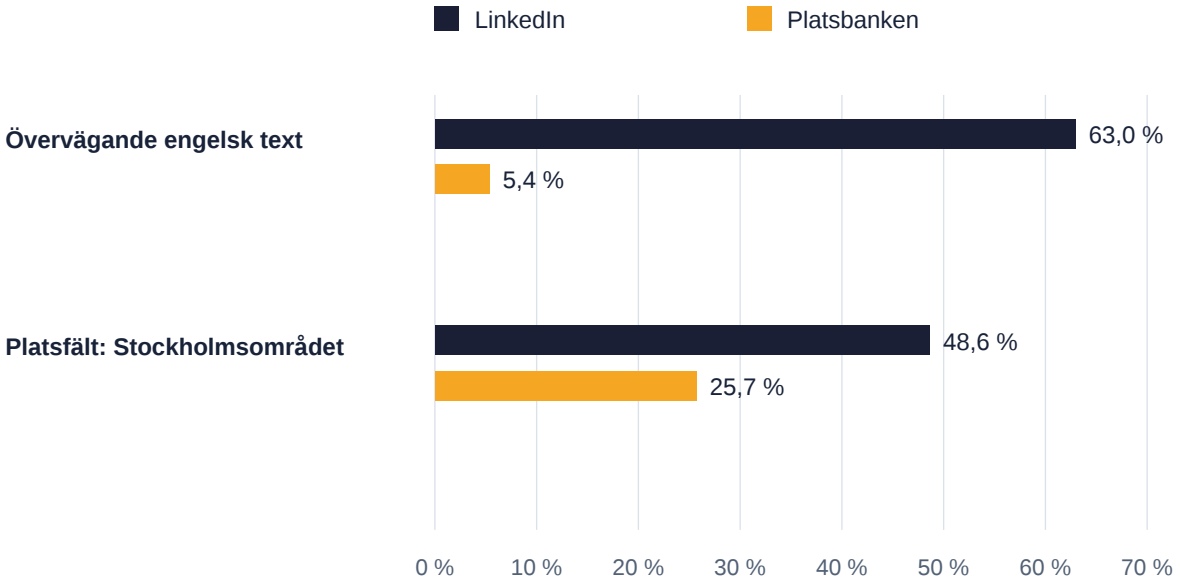
Materialen omfattar 3 259 respektive 19 730 normaliserade arbetsgivarnamn. Bland de största annonsörerna i LinkedIn-urvalet finns Jobgether, Saab och Ericsson; i Platsbanken Avaron, Västra Götalandsregionen och Region Skåne. Namnen visar vem som annonserar, inte alltid vem som är slutlig arbetsgivare.

Det första fyndet är att materialen innehåller olika blandningar av jobb. En totalandel för det ena materialet beskriver därför inte automatiskt samma slags tjänster som en totalandel för det andra.

Fynd 2: språk och plats skiljer sig

Skillnaden syns också i annonsspråket och platsuppgifterna. Nästan två av tre LinkedIn-texter klassas som övervägande engelska. I Platsbanken gäller det drygt en av tjugo.

Andel av respektive annonsmaterial



Nämnare: 15 261 LinkedIn-poster och 222 439 Platsbanken-poster. Språk bestäms med samma textregel i båda källorna. Stockholmsmåttet bygger på platsfält som anger Stockholms län eller Greater Stockholm, inte på kontrollerade arbetsplatser.

Engelska texter utgör **63,0 % mot 5,4 %**. Stockholmsmarkeringen förekommer i **48,6 % mot 25,7 %**. Det förstärker bilden av att materialen fångar olika delar av annonseringen.

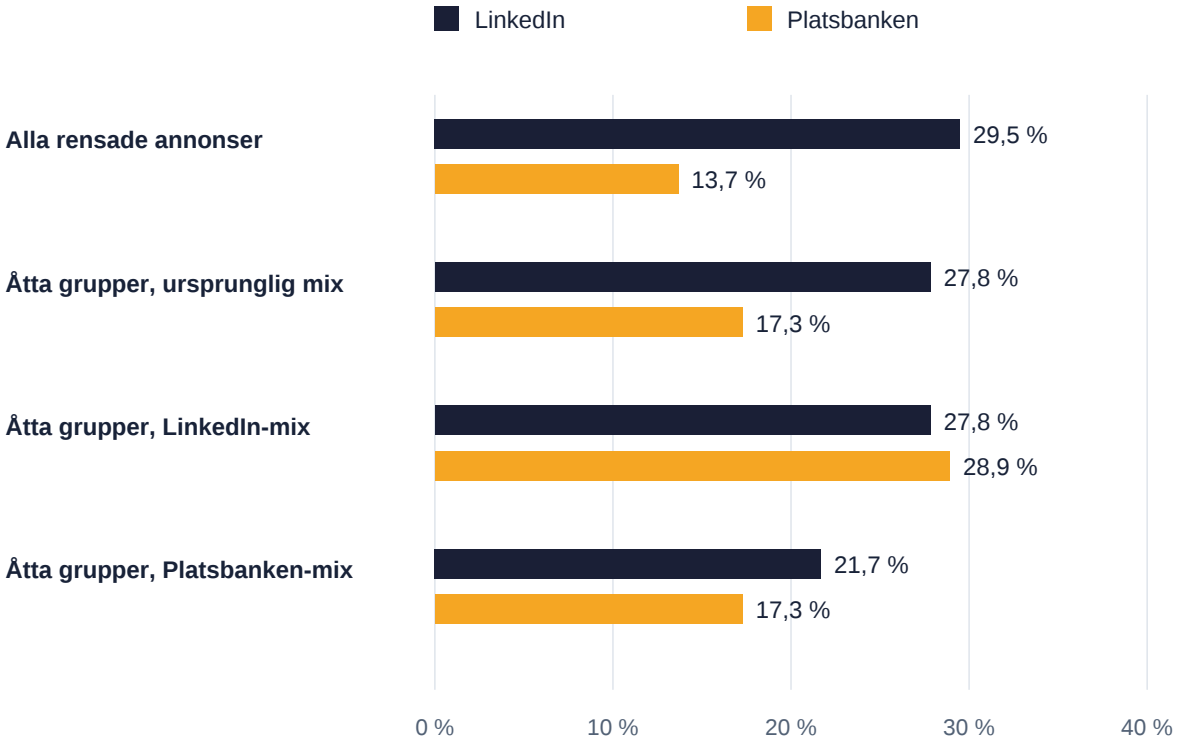
Annonsspråk är inte detsamma som språkkrav. En engelsk annons kan kräva svenska, och en svensk annons kan innehålla krav på engelska. Platsuppgifter avgör heller inte om arbetet sker på kontor eller på distans.

För den som söker eller rekryterar är det därför mer relevant att jämföra annonser för den aktuella rollen och platsen än att använda kanalens totalbild som riktmärke.

Fynd 3: utbildningsbilden beror på jobbmixen

Utbildningsord förekommer oftare i LinkedIn-materialet totalt: 29,5 % mot 13,7 %. Men när jämförelsen går från alla jobb till åtta gemensamma titelgrupper förändras jämförelsen. Gruppen Data/IT har exempelvis fler ordträffar i Platsbanken än i LinkedIn-materialet.

Akademisk utbildning nämns enligt ordlistan



Alla: 15 261 / 222 439 poster. Åtta grupper: 11 508 / 105 683 poster. De två nedersta raderna använder exakt samma grupper och poster. LinkedIn-mix betyder att båda källorna får LinkedIn-materialets gruppvikter; Platsbanken-mix använder Platsbankens gruppvikter. Viktade andelar är beräknade jämförelsetal.

Inom de åtta grupperna är skillnaden först 10,6 procentenheter. Med LinkedIns mix ligger Platsbanken 1,1 procentenheter högre. Med Platsbankens mix ligger LinkedIn 4,4 procentenheter högre. Jobbmixen har betydelse, men rangordningen håller inte när referensmixen byts.

Hypotesen får stöd: vilka jobb som ingår påverkar utbildningsbilden. Måttet gäller träffar på en ordlista som både missar uttryck och kan fånga meriter eller bakgrund. Det är ingen rangordning av faktiska examenskrav.

Fynd 4: både junior och senior syns oftare

LinkedIn-materialet har både fler uttryckliga instegstitlar och fler seniortitlar, räknat som andel av annonserna. Det är ett mönster i hur jobben benämns, inte ett direkt mått på hur lätt det är att få sitt första jobb.

Uttryck i titeln	LinkedIn	Platsbanken
Junior, graduate, trainee, praktik eller internship	316 (2,1 %)	1 747 (0,8 %)
Senior eller sr	2 078 (13,6 %)	5 034 (2,3 %)

Andel av samtliga rensade poster i respektive källa. Uttrycksgrupperna kan överlappa. Exjobb och alla andra möjliga ingångstitlar ingår inte i detta snäva mått.

Både instegsmarkörerna och seniormarkörerna är vanligare i LinkedIn-materialet. Skillnaden kan därför också handla om hur titlar formuleras och vilka roller som ingår.

Vad titlarna inte berättar

En annons utan ordet junior kan ändå vara öppen för den som är ny i yrket. På samma sätt kan antal år i en text avse en merit, företagets historia eller ett intervall. Den automatiska räkningen av erfarenhetsår gav sådana felträffar och används därför inte som kravandel. Nästa steg i jämförelsen är att läsa villkoren i matchande annonser.

Slutsats: titlarna skiljer sig, men materialet ger ännu inget säkert mått på vilken kanal som erbjuder lättast inträde. Den frågan kräver läsning av de faktiska villkoren för jämförbara jobb.

Fynd 5: samma jobbtitel kan ge olika besked

Jag sökte även efter annonser med samma arbetsgivare, titel och ort, publicerade högst sju dagar från varandra. Det gav 956 kandidatpar. De gör det möjligt att gå från olika jobbgrupper till texter som kan avse samma rekrytering.

Jämförelse bland kandidatparen	Antal
Kandidatpar enligt matchningsreglerna	956
Identisk text efter normalisering	431
Texten skiljer sig efter normalisering	525
Systematiskt valda par med olika text som närlästs nu	40

Normalisering tar bort bland annat formatering och länkar. Kandidatpar är inte individuellt bekräftade unika tjänster. Urvalet om 40 valdes från de 525 paren med olika text före granskning av skillnaderna.

Många av skillnaderna i de 40 paren gäller företagspresentationer, rubriker, upprepade avsnitt eller information om ansökan. I 39 par identifierades ingen tydlig skillnad i uttryckliga utbildnings- eller erfarenhetskrav. Ett par hade så olika uppdragsbeskrivningar att det inte säkert kunde behandlas som samma jobb.

Det betyder inte att alla villkor är lika. Närläsningen hittade också skillnader i uppdragslängd och information om behörighet att arbeta i Sverige. Den tidigare kontrollen hade dessutom hittat ett exempel med olika utbildningsalternativ. Tre konkreta fall visas på nästa sida.

Det som ser ut som två annonser för samma jobb kan ge läsaren olika information. Matchning och närläsning behövs för att se om skillnaden gäller presentationen, villkoren eller två olika uppdrag.

AI-stödd granskning av sparade texter, inte oberoende mänsklig dubbelkodning. Antalen från närläsningen är ingen skattning av hur vanligt ett visst fenomen är på hela LinkedIn eller i Platsbanken.

Tre skillnader som spelar roll för den sökande

Fyra eller tolv månaders uppdrag?

Unik Resurs annonserar efter en senior verksamhetsutvecklare till Siemens Energy i Finspång. De sparade texterna har samma roll och profil. LinkedIn-texten anger ett inledande konsultuppdrag på **cirka fyra månader**. Platsbanken-texten anger **cirka tolv månader**. Båda nämner möjlighet till förlängning.

Vilken behörighet och vilket stöd gäller?

I Telenors annons för Software Developer - AI & Cloud Technologies är de listade kompetenskraven samma i båda texterna. LinkedIn-texten anger dessutom att sökande redan vid ansökan ska ha rätt att arbeta i Sverige och att flyttstöd eller visumsponsring inte erbjuds. Det stycket saknas i den sparade Platsbanken-texten.

Kan erfarenhet ersätta en examen?

I det tidigare granskade Repli5-paret för Machine Learning Engineer öppnar LinkedIn-texten för kandidat- eller masterexamen **eller motsvarande praktisk erfarenhet**. Platsbanken-texten anger master/doktorsexamen och minst tre års praktisk erfarenhet. Båda gav ändå samma positiva träff i utbildningsordlistan.

För jobbsökaren kan skillnaden påverka om tjänsten verkar möjlig eller intressant. För rekryteraren är den en anledning att kontrollera att alla annonsversioner ger samma besked om grundvillkoren.

Exemplen visar vad de sparade fulltexterna säger. Uppgifter kan finnas i andra fält hos källan. Det går inte att avgöra vilket villkor som gäller i dag eller om avvikelsen uppstod genom kanalversion, uppdatering eller insamling. Käll-ID:n, datum och textstöd finns i det interna granskningsunderlaget; källhänvisningar finns på sista sidan.

Vad fynden betyder i praktiken

Jämförelsen ger två saker att hålla reda på: vilka jobb ett underlag fångar och vilken information en enskild annons ger. De leder till olika beslut.

För dig som söker jobb

Låt relevanta roller, orter och faktiska villkor styra sökningen. Mitt LinkedIn-material är starkt inriktat mot data/IT, engelska texter och Stockholm; det beskriver inte alla möjligheter för andra yrken. Om ett intressant jobb förekommer i flera versioner, kontrollera uppdragslängd, utbildningsalternativ och andra avgörande villkor mot arbetsgivarens aktuella besked.

För dig som rekryterar

Jämför kravprofilen med liknande arbetsuppgifter och nivåer. Totalandelarna gav en annan utbildningsbild än jämförelserna inom grupper. Kontrollera också att kanalversionerna anger samma krav, meriter, alternativ till examen och anställningsvillkor. Skillnaden mellan fyra och tolv månader visar varför den kontrollen kan behövas även när resten av texten är lika.

För dig som analyserar arbetsmarknaden

Redovisa hur annonserna hittades och vilka jobb som dominerar. Håll källorna synliga när de kombineras. Använd inte antal annonsrader som antal unika jobb, eller ett ord om utbildning som ett verifierat krav. Matchande annonser kan ge en närmare jämförelse, men generiska titlar hos samma annonsör kan också dölja olika uppdrag.

> **Min slutsats: de två materialen ger olika bilder av annonseringen. För att använda dem väl behöver vi förstå både urvalet av jobb och de konkreta villkoren i texten.**

Råden är slutsatser utifrån observationerna. Analysen har inte mätt effekter på jobbchanser, rekryteringskvalitet eller vilken kanal som ger bäst utfall.

Metod och gränser för slutsatserna

Population, period och rensning

Källtabellerna är jobspy_data.job_listings (LinkedIn) och ai_pulsen.all_ads_master (Platsbanken) i projektet gemini-clean-analysis. Annonser daterade 1 maj-31 oktober 2026 ingår. LinkedIn-rader måste ha Sweden eller Sverige i platsfältet. Minst 100 tecken i den lagrade texten krävs. Unika käll-ID:n räknas före innehållsrensning.

Samma arbetsgivarnamn, titel och fulltext efter normalisering slås samman inom varje källa; den tidigaste posten behålls. Gemener, blanksteg, skiljetecken, HTML och länkar normaliseras. Vanliga bolagssuffix tas bort ur arbetsgivarnamn. Ändrad annonstext kan ge en ny post; likalydande annonser för flera rekryteringar kan slås samman. Måttet är inte unika vakanser.

Titelgrupper och språk

En gemensam, ordnad regeluppsättning delar in titlar i tretton grupper. Reglerna rättades efter kontroll av faktiska felträffar, bland annat mechanical engineer, personliga assistenter och stormarknad. Grupperna är grova textkategorier. De ersätter inte yrkeskodning eller kontroll av arbetsuppgifter. Språkbedömningen jämför vanliga svenska och engelska funktionsord; osäkra texter behålls separat.

Utbildning och viktning

Utbildningsmåttet använder utvalda svenska och engelska ord för akademisk utbildning. Det täcker inte alla utbildningar, legitimationer eller uttryckssätt. Det skiljer inte automatiskt krav från meriter eller likvärdig erfarenhet. Varje annons räknas högst en gång.

Åtta klassificerade grupper har minst 100 poster per källa. Jag väger båda källornas gruppandelar med först LinkedIn-materialets och sedan Platsbankens fördelning inom dessa grupper. Oklassade och mindre grupper är uteslutna i båda fallen. Vikterna ändras, inte posterna eller ordlistan. Viktningen är beskrivande; den kontrollerar inte fullt för samma jobb, urval eller språk och är ingen kausal plattformseffekt.

Annonsparen matchas på normaliserad arbetsgivare, titel, ort och högst sju dagars datumskillnad. Hela texten jämförs utan att textlikhet styr vilka par som väljs. De 40 nya paren valdes med en fast hashordning bland 525 icke-identiska par. Skillnadsavsnitten lästes i samtliga 40; fyra substantiella eller oklara fall kontrollerades i båda fulltexterna.

Huvuduttag: 10 november 2026. Kompletterande fulltexter för de redan identifierade Platsbanken-ID:na: 11 november. Datum och alla 956 flaggor för textidentitet stämde; de 20 tidigare frysta fulltextparen var oförändrade. Ny novemberinsamling ingår inte.

Fördjupning: utbildningsord inom titelgrupper

Huvudresultatet om utbildning sammanfattar olika mönster. I Data/IT, ledning/projekt/HR och marknad/kommunikation/design är ordträffarna vanligare i Platsbanken. I flera andra grupper är de vanligare i LinkedIn-materialet. Tabellen gör det möjligt att följa varför den sammanvägda bilden kan ändras.

Titelgrupp	LinkedIn	Platsbanken	Antal LI / PB
Data/IT	24,3 %	29,0 %	5 113 / 8 218
Forskning/högre utbildning	46,7 %	42,9 %	1 560 / 2 124
Ledning/projekt/HR	29,9 %	38,8 %	1 160 / 16 924
Marknad/kommunikation/design	22,4 %	32,5 %	527 / 2 110
Teknik/ingenjör	27,0 %	24,6 %	1 724 / 15 097
Försäljning/kundservice	19,9 %	3,1 %	782 / 13 525
Ekonomi/administration	26,7 %	21,9 %	460 / 12 647
Vård/omsorg	12,1 %	2,3 %	182 / 35 038

Andel med träff enligt samma utbildningsordlista. Varje rad har sin egen nämnare. Titelgrupperna är breda och kan innehålla olika roller och erfarenhetsnivåer.

Det här är breda titelgrupper, inte samma arbetsuppgifter eller erfarenhetsnivå. Åtta-gruppsjämförelsen omfattar 75,4 % av LinkedIn-materialet och 47,5 % av Platsbanken. Oklassade titlar utgör 24,1 % respektive 33,4 % av hela materialen. De går inte att behandla som ett enda jämförbart yrke.

Även ordlistan har luckor. I det sparade granskningsurvalet missar den både ”ekonomiutbildning från högskola/universitet” och ”BSc or MSc”. En träff kan samtidigt avse en merit, pågående studier eller företagsbakgrund. Kontrollen visar att måttet är ofullständigt; den fastställer inte hur stort felet är i någon källa.

Övriga känslighetskontroller, inklusive grupp och språk samt viktning med oklassade grupper, finns i det interna granskningsunderlaget. De använder delvis olika populationer och får inte tolkas som upprepade mätningar av samma plattformseffekt.

Källor och rapportens slutsats

Rapporten bygger på sparade annonser och reproducerbara beräkningar. BigQuery-uttagen, definitionerna och textkontrollerna finns i det interna granskningsunderlaget. Källhänvisningarna nedan identifierar underlaget; rapporten återger historiska annonsversioner.

[1] LinkedIn: gemini-clean-analysis.jobspy_data.job_listings. Period 1 maj-31 oktober 2026; uttag och analyser 10 november. Insamling via fem AI-relaterade sökord. Öppna källan

[2] Platsbanken: gemini-clean-analysis.ai_pulsen.all_ads_master. Samma datumperiod, utan AI-filter. Äldre SSYK-kolumner används inte i titelindelningen. Öppna källan

[3] Granskningsunderlag: exakta SQL-frågor, jobb-ID:n, uttagskvitton, ordlistor, titelregler, aggregerade resultat, diagramvärden och lokala kontrollberäkningar. Underlaget bevaras av AI-Pulsen; det innehåller fulltexter och personuppgifter och publiceras inte i sin helhet. Åtkomst till BigQuery kräver behörighet.

[4] Unik Resurs i Sverige AB, Senior verksamhetsutvecklare inom digitalisering till Siemens Energy. Sparade texter 2026-09-30 / 2026-09-30; Platsbanken-ID 31535591. Öppna källan

[5] Telenor, Software Developer - AI & Cloud Technologies. Sparade texter 2026-07-28 / 2026-07-28; Platsbanken-ID 31299753. Öppna källan

[6] Repli5, Machine Learning Engineer (Computer Vision), 29-30 juni 2026. Platsbanken-ID 31228788. Båda källversionerna finns i det frysta parunderlaget. Öppna källan

Så kan huvudresultatet följas

Huvudberäkningarna finns i groups.json, summary.json och chart-data.csv. Motprövningen med alternativa vikter finns i redteam-calculations.json. Den nya närläsningen finns i villkor/plan.json, coding40.json och examples.json, med annons-ID:n och spårbara texter.

Rapportens huvudslutsats

Mitt LinkedIn-urval visar en tydligare profil mot data/IT, engelska annonstexter och Stockholmsområdet. Bland matchande annonser finns både identiska texter och konkreta skillnader i villkoren. Någon generell rangordning av kanalernas krav går inte att göra.

AI-Pulsen, rapport 20. Publiceringsversion, 11 november 2026. Resultaten gäller insamlade annonsmaterial, inte hela arbetsmarknaden eller faktiska rekryteringsutfall.