AI-PULSEN / RAPPORT 21

När AI står i annonsen - vad behöver du kunna?

Krav, meriter och upplärning i platsannonser

> AI i en platsannons betyder inte automatiskt att du måste ha AI-erfarenhet. Formuleringen kan beskriva ett krav, en merit, en arbetsuppgift eller något du får lära dig på jobbet.

Mats Lindholm

Publiceringsversion | 25 november 2026

Avgränsat urval av 9 047 Platsbanken-annonser.
Ekonomi, administration och kommunikation, januari-juni 2026.
Resultaten gäller annonstext, inte faktisk rekrytering.

Sammanfattning

AI i en platsannons betyder inte automatiskt att du måste ha AI-erfarenhet. Formuleringen kan beskriva ett krav, en merit, en arbetsuppgift eller något du får lära dig på jobbet. I ett avgränsat urval av 9 047 annonser från första halvåret 2026 hittade vi 631 AI-träffar. Av dessa innehåller 204 en uttrycklig AI-relaterad kompetensformulering i kandidatprofilen, som krav eller merit. Att räkna alla omnämnanden som kompetenskrav skulle ge en missvisande bild. [1]

Sådana kompetensformuleringar är vanligast i marknads- och kommunikationsurvalet: **8,1 procent**, jämfört med **1,3 procent** inom administration och **1,0 procent** inom ekonomi och lön. Samtidigt döljer administrationsgenomsnittet stora skillnader mellan delyrken.

För den som söker jobb, rekryterar eller planerar utbildning blir frågan därför konkret: **vad ska personen kunna göra, vad behövs från början och vad kan läras på jobbet?** De granskade exemplen visar att AI-förmåga kan handla om egen användning, yrkesanknuten förståelse eller granskning av AI-underlag.

Ett AI-omnämnande säger olika saker

De 631 AI-träffarna har lästs och delats in efter formuleringarnas innebörd. Varje annons räknas en gång, enligt en bestämd prioritet. En annons med både en kompetensformulering och en AI-arbetsuppgift hamnar exempelvis i kompetenskategorin.



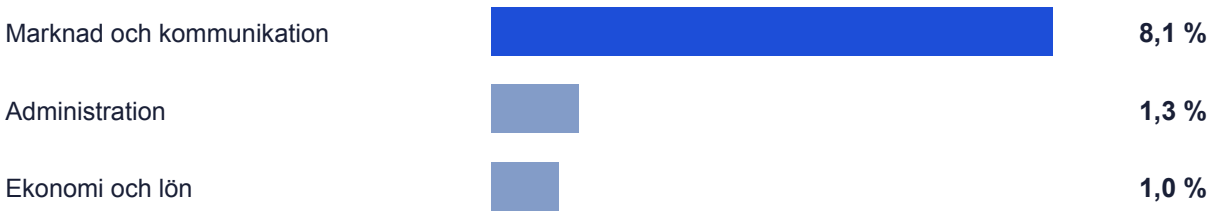
Kompetenskategorins 204 annonser innehåller en uttrycklig förväntan på exempelvis kunskap, förståelse, erfarenhet eller användarvana. **Krav och meriter ingår tillsammans.** Talet ska därför inte beskrivas som 204 obligatoriska AI-krav.

Ytterligare 54 annonser nämner AI-kunskap som ett uttryckligt alternativ eller som ett exempel i en bredare kompetenslista. De två fallen är inte likvärdiga: ”erfarenhet eller intresse” öppnar uttryckligen för ett alternativ, medan en exemplifierande lista lämnar större tolkningsutrymme. De hålls därför utanför huvudmåttet.

De återstående kategorierna omfattar 101 annonser med egen AI-användning eller utvecklingsuppgifter, 94 med intresse, nyfikenhet eller lärande och 178 med annan AI-kontext, exempelvis företagets produkt eller rekryteringsprocess. Uppgifter och lärande kan också förekomma i kompetenskategorin. Talen visar den prioriterade klassningen, inte hur många annonser som totalt beskriver varje företeelse. Intresse eller lärvilja är inte heller detsamma som erbjuden upplärning.

Tydligast i marknad och kommunikation

Marknad och kommunikation har den högsta andelen uttryckliga kompetensformuleringar i det undersökta materialet: **124 av 1 538 annonser**. Motsvarande antal är **32 av 2 545** inom administration och **48 av 4 964** inom ekonomi och lön.



Marknad och kommunikation ligger högst även när identiska texter slås samman och när de 54 alternativa eller exemplifierande profilformuleringarna räknas med. Med det senare måttet blir andelarna 9,6 procent för marknad och kommunikation och 1,5 procent för vart och ett av de andra urvalen. Rangordningen med marknadsurvalet högst kvarstår under samtliga sex månader.

Detta gäller de tre urvalens samlade annonsmix. Det visar hur synlig AI är i kandidatprofilen, men säger inte vilka yrken som har störst nytta av tekniken. Yrkesmix, sättet att skriva annonser och vilka rekryteringar som når Platsbanken kan påverka skillnaderna.

Administrationsgenomsnittet döljer ett delyrke

Inom chefssekreterare och VD-stöd innehåller **14 av 158 annonser** en AI-relaterad kompetensformulering: **8,9 procent**. Det kan jämföras med 1,3 procent för hela administrationsurvalet. De olika delarna av urvalet ser ut så här:

Del av administrationsurvalet	Kompetensannonser	Alla annonser	Andel
Chefssekreterare och VD-stöd, SSYK 3343	14	158	8,9 %
Backoffice- och frontofficepersonal, SSYK 4113	1	170	0,6 %
Övrigt kontorsstöd, bland annat administrativa assistenter och registratorer, SSYK 4119	17	2 217	0,8 %

Den sista gruppen utgör 87,1 procent av administrationsannonserna och väger därför tungt i genomsnittet. För chefssekreterare och VD-stöd blir andelen 7,2 procent efter att identiska texter slagits samman, 11 av 153. Delurvalet är litet; poängen är att genomsnittet inte beskriver alla administrativa roller lika väl.

Företagens AI-användning ger en bakgrund

SCB uppger att **49 procent av företagen med minst tio anställda** i undersökta näringsgrenar använde någon AI-teknik 2026. Marknadsföring och försäljning samt administrativa processer och företagsledning hör till de vanligaste användningsområdena. Det motiverar intresset för hur AI uttrycks i rekryteringen till närliggande yrken. [2]

SCB beskriver företagens uppgivna användning. Här undersöker vi formuleringar i annonser. Företagen har inte kopplats samman mellan källorna, och SCB:s verksamhetsändamål motsvarar inte våra yrkesurval. Rapporten mäter därför inget avstånd mellan AI-användning och kompetensbehov. Att AI saknas i en annons säger heller inte att arbetsplatsen saknar AI-användning.

AI-förmåga kan vara verktygsvana eller yrkeskunskap

I Ekonomicos annons för en redovisningsekonom efterfrågas en person som **”Aktivt använder AI-verktyg i ditt arbete”**. Samtidigt krävs minst tre års erfarenhet inom redovisning. AI-användningen står här tillsammans med förväntan på självständighet i yrket. [3]

Kulturhuset Stadsteatern gör kopplingen till arbetsprocessen ännu mer konkret. I kravprofilen för en lönehandläggare ingår **”Grundläggande förståelse för hur AI och digitala flöden kan appliceras på löneprocessen.”** Arbetsuppgifterna omfattar att integrera AI-lösningar för kontroller, avvikelser och rapportering. Annonsen efterfrågar också 3-5 års erfarenhet av självständigt lönearbete.

Inom administration kan förväntan i stället uttryckas genom ett namngivet verktyg. I Inclusos annons för en Agenda Manager ingår Copilot uttryckligen bland programmen i ett skallkrav på mycket goda Microsoft 365-kunskaper.

Exemplen skiljer mellan att redan använda AI, förstå en tillämpning i yrket och behärska ett bestämt program. Kopplingen till yrkeserfarenhet förekommer i materialet, men exemplen visar inte hur vanlig den är eller att AI generellt kräver viss senioritet.

Att granska AI-underlag är också en förmåga

AI-kompetens behöver inte bara betyda att kunna producera något med ett verktyg. Academic Work efterfrågar i en researcherassistentannons **”Förmåga att tänka kritiskt kring information och AI-genererade underlag”**. Det är en förväntan på bedömning av resultatet. [3]

Comparys annons för en Website & Content Manager kopplar på liknande sätt AI-användning till bibehållen kvalitet, ton och precision. Den beskriver AI som stöd för research, idéer, struktur och utkast, samtidigt som den anställda ansvarar för innehållets språkliga och sakliga kvalitet.

De här rollerna efterfrågar delvis olika saker. Researcherassistenten ska kunna bedöma ett underlag; egen AI-produktion anges inte som krav i den citerade formuleringen. Innehållsrollen kombinerar däremot användning med ansvar för kvaliteten. En bedömning av AI-förmåga behöver utgå från vilken av dessa uppgifter personen ska klara.

En AI-merit kan kombineras med upplärning

Hos Voyado anges AI-användning för research och innehållsproduktion som en arbetsuppgift för en Content Strategist. Annonsen räknas därför som en arbetsuppgift, utan att vi lägger till ett outtalat krav på tidigare AI-erfarenhet. [3]

Vesani visar varför gränsen kräver noggrann läsning. Annonsen erbjuder upplärning i AI-baserad bildgenerering och säger **”ingen tidigare erfarenhet krävs - vi lär dig”**. Längre ned anges samtidigt erfarenhet av AI-programvara som meriterande, medan tidigare erfarenhet av innehållsproduktion är ett krav. Den räknas därför i kompetenskategorin, men kan inte beskrivas som att AI-erfarenhet är ett villkor för jobbet.

För en arbetssökande är skillnaden konkret: en merit och ett erbjudande om upplärning ger ett annat besked än ett uttryckligt krav på förkunskaper. För en arbetsgivare eller utbildningsaktör blir det viktigt att hålla isär vad personen förväntas kunna före anställningen och vad rollen ska utveckla.

Tre frågor som gör kravprofilen tydligare

Vår praktiska tolkning är att annonsens AI-formulering bör kunna svara på tre frågor. Samma frågor kan hjälpa en arbetssökande att förbereda ett exempel och en utbildningsaktör att precisera ett lärandemål.

1. **Vilken arbetsuppgift gäller det?** Beskriv exempelvis kontroll av löneavvikelser, framtagning av ett kommunikationsunderlag eller granskning av ett AI-genererat informationsunderlag.

2. **Vilken förmåga behövs från början?** Skilj egen verktygsanvändning, förståelse för tillämpningen och kritisk granskning. Ange om förmågan är ett krav, en merit eller något som lärs på jobbet.

3. **Hur kan förmågan visas?** Låt uppgiften styra. Den som ska granska kan få ett färdigt underlag att kontrollera. Den som ska producera kan visa ett arbetsprov och motivera sina kvalitetskontroller. Bestäm i förväg vad ett godtagbart resultat innebär.

Detta är ett förslag till tydligare kravprofiler och avgränsade övningar. Om upplägget prövas kan uppföljningen gälla om personen klarar den angivna uppgiften och upptäcker relevanta fel. Annonsanalysen belägger inga effekter av en viss utbildning eller urvalsmetod och dimensionerar inte utbildningsbehovet.

Metod och gränser

Annonsanalysen avser januari-juni 2026 och tre avgränsade yrkesurval i AI-Pulsens datalager med Arbetsförmedlingens annonser. Urvalet bygger på SSYK-koder och titelord; annonser utan regionvärde ingår inte. Fyra felaktiga titelträffar togs bort. En ordlista med AI-begrepp och produktnamn identifierade 631 annonser, motsvarande 596 unika innehåll. [1]

Klassningen genomfördes med AI-stödd textgranskning. Samtliga träffkontexter lästes, och fulltext användes för utvalda bedömningar. Alla 56 markerade gränsfall och ytterligare 20 annonstexter kontrollerades i en andra genomgång. Klassningen är inte oberoende mänskligt validerad. Äldre individuella koder saknades, så granskningen resulterade i en ny klassning, inte en uppmätt felprocent för den tidigare analysen.

Resultaten gäller annons-ID:n, inte unika tjänster, anställningar eller individer. Kontroller har gjorts av identiska återpubliceringar och stora annonsörer. Samma tjänst kan ändå förekomma i flera olika annonser. Annonser utan ordlisteträff har inte totalgranskats semantiskt; implicit efterfrågan och formuleringar som ordlistan missar kan därför saknas.

De sju annonsexemplen är valda för att illustrera olika formuleringar och ger inga frekvenstal för förmågorna. SCB används som separat bakgrund. Rapporten fastställer inget kompetensgap, ingen förändring över tid och inga effekter på produktivitet eller sysselsättning.

Källor och läsanvisning

[1] AI-Pulsens annonsanalys. Uttag ur Arbetsförmedlingens annonser, 19 november 2026. Beräkningar och metodkontroller reviderade 23 november. Se metodbilagan på nästa sida. Arbetsförmedlingens historiska platsannonser.

[2] SCB: It-användning i företag 2026. Statistiknyhet publicerad 5 november 2026, läst 23 november. Statistiknyhet. Kvalitetsdeklaration.

[3] Sparade annonstexter. Ekonomico: 31137454 (3 juni); Kulturhuset Stadsteatern: 31169954 (11 juni); Incluso: 31227656 (29 juni); Academic Work: 31138081 (4 juni); Compary: 31021134 (11 maj); Voyado: 31221864 (26 juni); Vesani: 30984226 (2 maj). Samtliga från 2026. Exemplen återger de sparade texterna, inte dagens erbjudanden.

Metodbilaga: urval och kontroller

Urvalet. SSYK-koder kombineras med titelord. Ekonomi och lön: 2411, 2412, 3313, 4111, 4112. Administration: 3343, 4113, 4119. Marknad och kommunikation: 2431, 2432, 4114. Titelord omfattar bland annat ekonom/account/controller/lön, admin/assistent/sekreterare/koordinator och marknad/kommunikation/content/SEO. Annonser utan regionvärde ingår inte. Fyra felträffar i titlar togs bort.

Sökning och klassning. AI-begrepp och namngivna verktyg identifierade 631 annonser, motsvarande 596 normaliserade innehåll. Varje annons får en kategori enligt prioriteten kompetens, alternativ/exempel, arbetsuppgift, intresse/lärande, övrig kontext. En högre kategori kan därför också innehålla formuleringar som hör till de lägre. Samtliga AI-kontexter lästes i AI-stödda granskningspass. Fulltext lästes för utvalda gränsfall och stickprov. Ingen oberoende mänsklig dubbelkodning genomfördes. Annonser utan ordlisteträff har inte semantiskt totalgranskats.

Nämnare. Andelarna inom yrkesurvalen använder samtliga annons-ID:n i respektive urval. Annons-ID är inte detsamma som en unik ledig tjänst. Efter sammanslagning av identiskt normaliserat innehåll återstår 8 462 annonser. Nära dubletter kan kvarstå.

Mått	Admin.	Ekonomi/lön	Marknad/komm.
Alla annonser	2 545	4 964	1 538
Kompetensformulering	32 (1,3 %)	48 (1,0 %)	124 (8,1 %)
Kompetens + alternativ/exempel	39 (1,5 %)	72 (1,5 %)	147 (9,6 %)
Kompetens / alla efter sammanslagning	29 / 2 434	44 / 4 602	119 / 1 426
Största kompetensannonsören borttagen	28 / 2 464	39 / 4 917	121 / 1 529

Annonsörskontrollen normaliserar namn med gemener, trimning och sammanslagna blanksteg. Academic Work, Aspia respektive Göteborgs kommun tas bort i de tre urvalen. Annonsör är inte säkert slutlig arbetsgivare. Rangordningen med marknadsurvalet högst kvarstår också under samtliga sex månader. Kontrollerna gör inte urvalet representativt och är inget trendtest.

Tolkning. Rapporten mäter uttryck i annonser. Den mäter varken kompetensbrist, utbildningsbehovets storlek eller effekter av AI. SCB används som bakgrund; företag och annonser har inte kopplats samman. Sju avsiktligt valda annonsexempel visar variation, inte förekomst på hela arbetsmarknaden.