Delrapport – Handlingsplan nationell utbildningskommunikation, juni 2026

Bakgrund och syfte

Handlingsplanen för 2025–2028 har tagits fram av Nationell utbildningskommunikation tillsammans med Grundutbildningsutskottet (GU) och syftar till att förstärka KTH:s position som ledande lärosäte inom teknisk utbildning. Arbetet är organiserat kring fyra fokusområden: öka intresset för STEM, öka intresset för KTH, särskilda satsningar på prioriterade utbildningar samt säkerställa att rätt student väljer rätt utbildning.

Ansökningsläget 2026 – samlad bild

2026 är ett rekordår för KTH, med en kraftig ökning i både totala sökande (8 % ökning) och förstahandssökande (6 % ökning). KTH stärker sin position som landets ledande val bland civilingenjörssökande och tar marknadsandelar från konkurrenterna. Ökningen i antal sökande beror dels på en större årskull än de senaste åren och att fler har sökt till ingenjörsutbildningar (4 % enligt Sveriges Ingenjörer). I och med att KTH ökar mer än snittet kan vi även utgå ifrån att vi har lyckats nå presumtiva studenter och nå fram med våra budskap i en högre utsträckning än våra konkurrenter.

Andelen kvinnor som söker KTH i första hand har minskat något och ligger på 30,7 %, det är dock värt att notera att arkitektutbildningens minskade antal förstahandssökande påverkar den totala andelen kvinnliga förstahandssökande. Bortser man från arkitektutbildningen har andelen kvinnliga förstahandssökande ökat från 26,9 procent (HT22) till 28,8 procent (HT26) – en ökning med 1,9 procentenheter. Flera av programmen som traditionellt är mansdominerade har ökat sedan 2022 – ett resultat som bedöms vara effekten av långsiktigt och uthålligt kommunikationsarbete snarare än enskilda insatser.

Andel kvinnliga förstahandssökande differens 2022–2026

Program	Andel förstahandssökande kvinnor HT26	Diff HT22-HT26
Civilingenjör datateknik	21,4%	+7%
Civilingenjör farkostteknik	16%	+5%
Civilingenjör Informationsteknik	21,5%	+6,9%
Högskoleingenjör elektroteknik	18,7%	+14,2%
Högskoleingenjör Datateknik – systemutveckling och digital infrastruktur[1]	15,1%	+4,3%

Fokusområde 1: Öka intresset för STEM

Arbetet sker primärt genom samverkan med externa aktörer och stöd till befintliga initiativ. Utvärderingar visar att majoriteten av deltagarna uppger ökat intresse för STEM efter aktiviteterna. Fokusområdet kommer att utvecklas framåt – Kommunikationsavdelningens roll i det bredare STEM-ekosystemet behöver förtydligas och uppföljningen behöver systematiseras ytterligare.

Fokusområde 2: Öka intresset för KTH

KTH når nu ut bredare geografiskt, med en markant ökning i gymnasiebesök utanför Stockholm. En utmaning är att besöken i hög grad koncentreras till naturvetenskapliga och tekniska program (NA/TE), och att nå elever på andra program kräver utvecklad strategi. Webbtrafiken på KTH:s utbildningswebb sjunker – en global trend kopplad till AI:s intåg i informationssökning. Därför pågår arbete för att implementera mätmetoder som mäter bland annat synlighet och citeringsgrad i LLM:er och AI-sök.

[1] Inför anmälan till HT 2026 bytte utbildningen namn från Högskoleingenjör datateknik, Flemingsberg

Fokusområde 3: Särskilda satsningar 2025/2026

Tekniskt basår uppvisar en stark och stabil uppgång i sökande, trots att kommunikationsinsatsernas räckvidd sjunker. Detta tyder på en underliggande efterfrågeökning, och aktiviteter för teknisk basutbildning bör inordnas under fokusområde 2 framöver för att frigöra resurser för nya satsningar.

Civilingenjör och lärare visar en positiv ansökningsutveckling och är det program med störst relativ förbättring bland utbildningar med tidigare lågt söktryck. Satsningen bör fortsättas och utvecklas för att ytterligare stärka utbildningens förutsättningar.

Högskoleingenjör är en mer komplex satsning – det är svårt att kommunicera en hel utbildningskategori med varierande söktryck. Slutsatsen är att insatserna bör riktas mot enskilda program snarare än kategorin i sin helhet.

Fokusområde 4: Rätt student väljer rätt utbildning

Det finns en stor efterfrågan på programspecifik information och personliga råd bland presumtiva studenter. Arbetet med verksamhetsnära stöd – programbeskrivningar, Öppet hus, Fråga en KTH-student – har utvecklats under det gångna rekryteringsåret. Fokusområdet är svårare att mäta och behöver följas upp över längre tid för att ge tillförlitliga slutsatser.

Andelen tidiga avhopp har minskat från 21 procent (HT14) till 17 procent (HT24). Detta samt kvalitativ återkoppling från programansvariga och grundutbildningsanvsariga tyder på att informationen utvecklats och stöttar de bilvande studenterna i sina val.

I arbetet framåt kommer inkomna frågor från blivande studenter och återkoppling från utresande studentambassadörer att användas på ett systematiskt sätt för att identifiera nya behov eller luckor i informationen.

Trender i målgruppen

Tre övergripande trender präglar sökmönstren just nu, och de hänger ihop mer än de ser ut vid första anblick.

Trend 1: Trygghet och lön styr utbildningsvalen

Det dominerande mönstret i årets söktrender är att unga söker sig till program som lovar både ekonomisk trygghet och långsiktig anställningsbarhet – och att dessa två argument nu väger tyngre än de tidigare vanligaste drivkrafterna: intresse, identitet eller samhällsnytta.

Drivkrafterna är flera och förstärker varandra. En stor majoritet av unga uppger att de tror att AI kommer att försvåra arbetsmarknaden, vilket gör att breda program med många möjliga inriktningar upplevs som säkrare val än smala specialiseringar. Mer än hälften uppger att hög inkomst är ett avgörande kriterium när de väljer utbildning. Och AI-omställningen har konkret påverkat hur unga tänker kring kompetens: programmering upplevs som mer tillgänglig, fler utbildningsvägar finns, och det som belönas är systemförståelse och problemlösning snarare än teknisk detaljkompetens i sig.

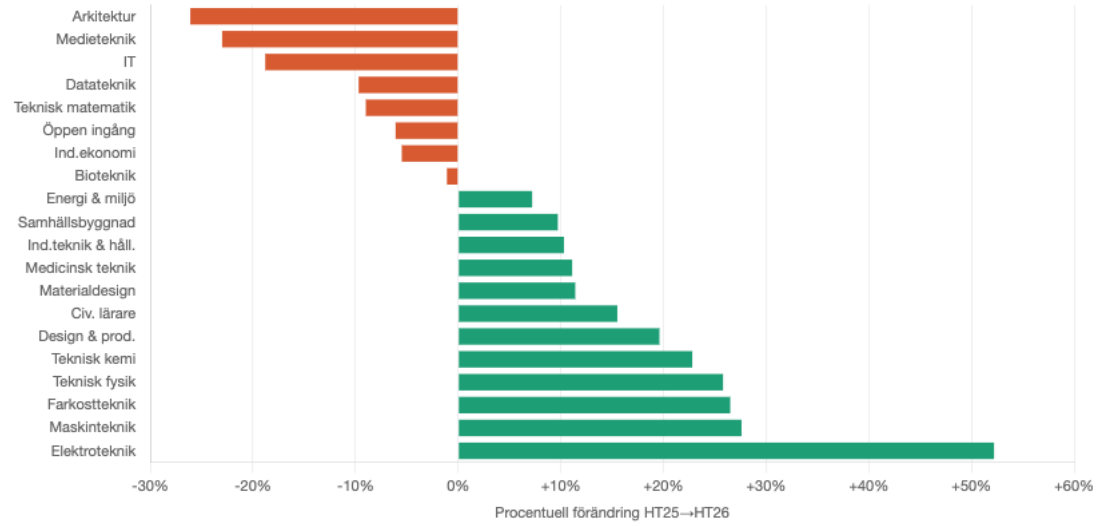
69% tror AI försvårar inträdet på arbetsmarknaden (↑8% sedan 2023)	**56%** säger att tjäna pengar är viktigast just nu (↑11% sedan 2017)	**37%** Uppger att den snabba utvecklingen av AI gör att de tänker om kring val av utbildning och/eller yrke (↑ 7% sedan 2023)

Källa: Ungdomsbarometern

Detta syns tydligt i KTH:s egna siffror. Elektroteknik är det program som ökar mest – med 52 procent – och det är ett program som traditionellt förknippas med hög lön, bred tillämpning och stark efterfrågan på arbetsmarknaden. Liknande mönster syns för Farkostteknik (+27 %) och Maskinteknik (+20 %), program som kommunicerar "skapa system" och har tydlig industrikoppling. Dessa trender syns även på andra lärosäten som Lunds tekniska högskola och Chalmers tekniska högskola. Tekniskt basår fortsätter att växa kraftigt (+26 % totala sökande), vilket tyder på att fler vill säkra sin väg in till ingenjörsutbildning även utan tidigare behörighet för utbildningarna.

Att KTH:s totala sökande har ökat med 8 procent och förstahandssökande med 6 procent i ett år när arbetsmarknaden i övrigt bromsar in är i sig ett tecken på att ingenjörsutbildning upplevs som en stabil investering.

Procentuell förändring förstahandssökande 2025–2026



Källa: UHR

Som vanligt finns det en del utbildningar som ökar i antal förstahandssökande medans andra program minskar. Utbildningsvalen bland unga ingenjörer rör sig mot breda, robusta program med stark arbetsmarknadskoppling. Samtidigt tappar smalare teknikinriktningar mark när AI och säkerhet väger tyngre än trend.

Trend 2: Data, IT och media tappar mark

Nedgångssidan av samma mynt är att program och inriktningar som tidigare lockade med digitaliseringens löften nu möter ett minskande intresse. Techbranschens övergång från expansion till effektivisering har minskat attraktionen för smalare digitala spår – webbutveckling, digital marknadsföring, enklare systemutveckling. AI bedöms ta över delar av de ingångsjobb som tidigare lockade till dessa utbildningar, och det signalerar att unga i sina val. I söktrendöversikten syns detta som -8 och -10 procent för de program som ligger i den änden av skalan som t.ex. Medieteknik, Datateknik och Informationsteknik.

Trend 3: Hållbarhet fungerar inte längre som distinkt argument

Hållbarhet har under de senaste åren integrerats i så många utbildningar och branscher att det inte längre upplevs som ett unikt argument för specifika utbildningar. Parallellt med detta har klimat- och miljöfrågan tappat sin ställning som den viktigaste samhällsfrågan bland unga – en trend som syns globalt och som är kopplad till ett bredare skifte i ekonomiska prioriteringar.

Det innebär inte att hållbarhet är ointressant, men att kommunicera ett program främs*t* med hållbarhet som argument ger allt svagare resultat. Program som inte också kan koppla sin

hållbarhetsprofil till konkreta jobb, lön och anställningstrygghet riskerar att hamna mellan stolarna i ett sökklimat som styrs av trygghetsmotivet.

31% uppger att klimat- och miljöfrågan är den viktigaste (↓24% sedan 2019)	**13%** uppger sig vara miljövän (↓15% sedan 2018)

Källa: Ungdomsbarometern

Slutsatser och framåtblick

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att KTH har en stark position på utbildningsmarknaden, även om söktrycket varierar och en del utmaningar kvarstår för vissa utbildningar. För att ytterligare stärka KTH:s position och för att förbättra det verksamhetsnära stödet kommer vi att utveckla våra fokusområden och aktiviteter samt metoder för mätning och uppföljning. I det arbetet tar vi hänsyn till trender i målgruppen och KTH:s förutsättningar och utmaningar. Exempelvis kommer vi att se över och anpassa budskapen i våra olika kanaler, så som annonsering och det personliga mötet, där vi kommer att bemöta målgruppens strävan efter trygghet och riskminimering i utbildningsvalet.

Slutgiltig rapport sammanställs när statistik för nyantagna och avhopp är färdigställd till hösten. Särskilda satsningar för rekryteringsåret 2026/2027 bestäms tillsammans med GU i början av HT26.

Rapporten är skapad och distribuerad av gruppen Nationell utbildningskommunikation, Kommunikationsavdelningen, KTH.

Kontaktpersoner:
Alina Lingnau lingnau@kth.se
Charlotta Alnersson Dufva alnerss@kth.se