

Statusrapport for prosjekt internasjonal studentrekruttering 2024 - 2026

Universitetet i Oslo (UiO) ambisjon er å være best i Norge på internasjonalisering av studier og på rekruttering av internasjonale studenter. Forankret i UiOs handlingsplan for internasjonalisering¹ igangsatte UiO våren 2024 et pilotprosjekt for internasjonal studentrekruttering. Etter innføring av studieavgift for studenter fra utenfor EU/EØS og Sveits i 2023, ble denne gruppen studenter redusert med rundt 70%. Målet med prosjektet er å øke antallet kvalifiserte, betalende gradsstudenter fra utenfor EU/EØS og Sveits. Denne statusrapporten presenterer læringspunkter, en oversikt over tiltak som er gjennomført og planlagt, samt informasjon om finansiering. Til slutt presenteres noen anbefalinger for veien videre.

1. Læringspunkter

1.1. Nettverk, intern forankring og informasjon

Prosjektgruppen har tatt en proaktiv rolle nasjonalt, og UiO har i økende grad blitt kontaktet av andre i universitets- og høyskolesektoren som ønsker å lære og/eller samarbeide. Det er etablert et samarbeid og nettverk på tvers av institusjoner (UiT, NTNU, BI, NMBU), og det er knyttet kontakter internasjonalt med blant annet kunnskapsutsendinger fra Kunnskapsdepartementet/Innovasjon Norge, ambassader, lokale partnere i India og enkelte kommersielle aktører. I tillegg jobber vi med HK-dir, Oslo kommune og andre aktuelle samarbeidspartnere i Oslo. Nettverksbyggingen har tatt tid, men prosjektet har stor nytte av samarbeidene, og mener det er en forutsetning for å lykkes. Flere utdanningsinstitusjoner i Norge er nå i gang med lignende prosjekter og ønsker samarbeid om internasjonal rekruttering fremover.

Prosjektgruppen ser også at behovet for intern forankring og informasjon om pilotarbeidet ved UiO er stort. Flere forankringsrunder og informasjonsmøter med fagmiljøer, institutter og fakulteter har derfor vært prioritert i den innledende fasen.

1.2. Effekten av tiltakene kommer først om noen år

Sverige innførte studieavgift i 2011, og først i 2020 (pre-pandemi) nærmet antallet tredjelandsstudenter seg hva det var før 2011². Det er fortsatt usikkert om bunnen er nådd i Norge. Søkerreisen til UiO er på minimum 9 måneder fra søknadsfrist til studiestart, men det er ikke uvanlig for en internasjonal mastersøker å bruke opptil 18 måneder på å bestemme seg for studium og studiested. Dette gjør at effekten av de tiltakene som er iverksatt til nå, ikke kommer før om noen år. Etter søknadsfristen 1. desember 2025, for opptak til høsten 2026, så prosjektet for første gang resultatene fra initiativene som er satt i gang så langt. Det er en økning i antall søkere, men det gjenstår å se hvor mange av disse som er kvalifiserte og vil bli gitt tilbud som studieplass. I tillegg vil flere, større rekrutteringstiltak først være på plass i 2026, og de vil tidligst kunne påvirke søkertallet for opptaket til høsten 2027. Valg av, innhenting og vurdering av tilbud på annonsering i studieportaler, juridiske godkjenninger og kjøp av lisenser til apper og systemstøtten til å følge opp interessenter, er tiltak som er prioritert så langt.

1.3. Ressurser og sårbarhet

Prosjektet ser at nesten samtlige tiltak er avhengige av kapasiteten til dem som veileder søkere og tar imot studenter ved oppstart. Fakultetene får studieavgiftsmidler til dette arbeidet basert på de betalende studentenes avlagte studiepoeng. Seksjon for opptak, og særlig i Knutepunktet er også svært sentrale i å ta imot studenter søkere og studenter. Det vil være kontraproduktivt å bruke tid og ressurser på å rekruttere flere søkere, hvis Knutepunktet ikke er rigget til å ta imot denne studentgruppen.

2. Prosjektets gjennomførte og planlagte tiltak per desember 2025

Opprinnelig planla prosjektet å teste ulike rekrutteringstiltak på fire studieprogrammer som skulle fungere som pilotprogrammer. Det er imidlertid nødvendig med fleksibilitet til å markedsføre programmer basert på behov og ønsker hos programmene selv, markedspotensial og hva som sammenfaller med UiOs overordnede strategier og satsningsområder. Prosjektet har hittil sett at flere av de gjennomførte tiltakene treffer bredere enn kun pilotprogrammene, og ordningen med pilotprogrammer er derfor avvirket.

Det er i første omgang definert noen områder i USA, India og Storbritannia for å teste flere rekrutteringstiltak, som deretter blir evaluert før videre satsinger i resten av prosjektperioden.

Her følger en oppsummering av prosjektets gjennomførte og planlagte tiltak fordelt i fem kategorier:

2. 1. Forbedre søknadsprosessen

En bedre søknadsprosess vil kunne tiltrekke flere søkere, redusere frafall og trygge søkerne i perioden fra søknaden er sendt til studentene ankommer UiO.

Gjennomført	Planlagt
• Endret nettsider for å bedre brukeropplevelsen • Utvidet søknadsfrist for SFM med 2 uker • Utvidet betalingsfristen for studieavgift fra to til tre uker • Forlenget svarfristen på tilbud om opptak • Arrangert webinarer om hvorfor velge og hvordan søke UiO • Fulgt opp søkere i større grad enn tidligere i nyhetsbrevformat • Forbedret tekster og brevmaler i Søknadsweb • Laget maler på velkomstbrev fra studieprogrammene for å strømlinjeforme informasjon, samt forslag til tidspunkt for utsending	• Tydeliggjøre søkerreisen ved visuell fremstilling av prosessen og den interne arbeidsdelingen på nettsidene • Utøve mer fleksibilitet i søknadsbehandling ved f.eks. utvidede frister • Ta EU-søkere ut av UiO-masteropptaket og opprette eget opptak for denne gruppen

2.2. Øke synligheten internasjonalt

Konkurransen om internasjonale studenter er stor, og UiO har ingen eller svært liten digital og fysisk synlighet for søkergruppen.

Gjennomført	Planlagt
• Opprettet egen Instagram for internasjonale søkere • Samarbeidet med Study in Norway på Instagram • Innhentet tilbud, søkt UiO-IT om godkjenning og inngått avtale med studieportalen Study.eu • Innhentet tilbud, søkt UiO-IT om godkjenning og ikke inngått avtale med studieportalen Keystone Education (ikke godkjent av UiO-IT) • Kartlagt og vurdert rekrutteringsmesser i India • Etablert samarbeid med Nordic Centre India og Innovasjon Norge i India • Kartlagt og definert geografiske satsningsområder (utvalgte stater/regioner i USA, India, Kina, store	• Hente inn og vurdere tilbud fra flere studieportaler • Vurdere deltagelse på rekrutteringsmesser i flere utvalgte land • Videreutvikle annonsestrategi internasjonalt basert på erfaringer fra testing høsten 2025 • Kartlegge samarbeidsmuligheter med flere ambassader/IN-kontorer i utvalgte land • Følge opp deltakere på sommerskolen 2026 med informasjon om opptak til hele grader

byer i Storbritannia, Brasil, Mexico, Costa Rica og Indonesia) • Startet testannonsering i enkelte land ifm. årets søknadsfrist • Samarbeidet med Sommerskolen for å spre budskap om videre studier ved UiO • Bidratt med promomateriell på Study in EU-messe i Singapore • Deltatt på studiemesse ved Nordic Centre Fudan, Kina	• Ta opp igjen samarbeidet med Study in Norway • Sende med "promopakker" med brosjyre, postkort, etc. til UiO-ansatte på reise • Dele ut postkort/t-skjorter/give-aways til innreisende utvekslings- og sommerskolestudenter • Vurdere bruk av agenter i land der det er relevant og nødvendig
--	---

2.3. Styrke kommunikasjonen

Søkerne ønsker mer (personlig) kontakt for å kunne stille spørsmål og betrygge egne valg.

Gjennomført	Planlagt
• Inngått avtale med og introdusert appen Goin' for å gi alle nye internasjonale studenter mulighet til nettverksbygging før ankomst (ca. 1100 registrerte brukere p.t.) • Etablert webinar-serie for å sikre informasjon om ulike faser i søknadsprosessen • Ansatt 7 internasjonale studentambassadører som skal svare på spørsmål om og vise frem studielivet • Opprettet nyhetsbrev for mulige søkere • Videreutviklet standard svar i Knutepunktet • Forbedret brukerreisen på nettsidene • Arrangert Digital Open Day i samarbeid med interesserte fakulteter	• Vurdere ulike registreringssystem (CRM) for å bedre kunne følge opp interesserte søkere • Etablere en tydelig internasjonal budskapsplattform og markedsplan for UiO • Videreutvikle prosessen for og innhold til nyhetsbrev • Videreutvikle arbeid og aktiviteter i ambassadørordningen • Gå i dialog med ulike stipendtilbydere og utvikle informasjon om disse på uio.no

2.4. Tilby en attraktiv studieportefølje og studiemiljø

Internasjonale studenter ønsker å føle seg mer inkludert i det sosiale miljøet ved UiO.

Gjennomført	Planlagt
• Sikret flere studiestartsarrangement på engelsk • Opprettet og gjennomført Master's Meet & Mingle som møtearena for internasjonale masterstudenter på tvers av fakultet i august og oktober • Bidratt med råd til planlegging av nye bachelorprogram på engelsk • Bidratt i planlegging av markedsføring av ny digital mastergrad i Ibsen studies	• Fronte attraktive karrieremuligheter i samarbeid med UiOs karrieretjenester og Oslo kommune • Arbeide for å videreføre og styrke Events by Knutepunktet, samt utvikle nye arrangementer som fremmer sosiale møteplasser og felles aktiviteter på tvers av fakultetene • Vurdere felles internasjonal fadderordning • Definere og tydeliggjøre hvilke fagområder UIO skal prioritere og markedsføre

2.5.Organisere og videreutvikle arbeidet med internasjonal rekruttering

Gjennomført	Planlagt
• Opprettet ressurssider om internasjonal rekruttering på For ansatte-sidene • Forankret og informert om prosjektet i en rekke nettverk og fora ved UiO • Inngått samarbeid i UiT og NTNU (OTT) og med BI for å jobbe mot felles mål med f.eks. HK-dir • Deltatt på konferanser og fagdager om internasjonal rekruttering for kompetanseheving • Revidert Start of Semester survey for å skaffe mer innsikt om studentgruppen	• Inkludere arbeid med internasjonal studentrekruttering i relevante interne nettverk • Øke kjennskap til prosjektet internt som på Studieadministrativ dag og i ulike nettverk • Jobbe for at mottaksapparatet lokalt og sentralt har det de trenger i arbeidet med internasjonale studenter + jobbe for strømlinjeforming av mottak • Delta i Cooperation of Practice om internasjonal studentrekruttering i Circle U. for å lære og kryss-rekruttere • Sikre at innmelding av studieprogram som skal tilbys meldes inn til SADM tidligere. • Sikre at nye programmer publiseres i god tid før søknadsperioden

3. Finansiering

UiO har i 2024 og 2025 ca. 30 mill. kroner i inntekter fra studieavgifter, og i underkant av 20 % av disse midlene (6 050 000 årlig) er satt av til å finansiere rekrutteringsprosjektet (dette er inkludert ett årsverk til permanente forvaltningsoppgaver).

3.1. Rammebetingelser utenfor prosjektet

Regjeringen har i statsbudsjettet for 2026 foreslått en endring i universitets- og høyskoleloven, jf. Prop. 1S (2025-2026) for Kunnskapsdepartementet (KD). Høringsforslaget fra KD innebærer å fjerne kravet om minst kostnadsdekkende studieavgift, noe som vil gi utdanningsinstitusjonene anledning til å fastsette en lavere sats. Oversikten viser prisene og planene ved de største institusjonene i Norge pr. i dag:

Institusjon	Pris pr år NOK*	Kommentar
UiO	204 000 - 295 000	
OsloMet	67 000 - 95 000	Allerede satt ned for 2026
NMBU	80 000 – 150 000	Allerede satt ned for 2026
UiB	190 000 - 218 000	Planlegger ingen endringer
NTNU	170 500 - 198 800	Planlegger ingen endringer
USN	140 000 - 260 000	Vurderer prisendring hvis lovendring
UiT	100 500 - 150 500	Allerede satt ned for 2026
UiS	60 000 - 85 000	Allerede satt ned for 2026

*prisspenn på mastergrader i humaniora/samfunnsfag og realfag/teknologi

UiO er det dyreste universitetet i Norge, spesielt gjelder dette grader innen naturvitenskap og teknologi (STEM). UiOs rangering på internasjonale rankinger og beliggenhet gjør at vi kan forsvare en noe høyere pris enn andre norske institusjoner. For å sikre at vi får de beste søkerne til våre programmer, er det samtidig viktig at UiO setter et nivå på studieavgiften som gjør at vi er konkurransedyktige med

sammenlignbare institusjoner i Norden og Europa. Prisene må i tillegg fastsettes i tråd med gjeldende regelverk, og ta høyde for hva studieplassen koster UiO.

I våre naboland finnes det en rekke nasjonale og lokale stipendordninger som legger til rette for at høyt kvalifiserte studenter med lavere betalingsevne kan studere der. Offentlige eller institusjonseide talentstipender er svært etterspurt, og vil kunne gjøre UiO mer attraktivt for søkerne, samt bidra til mer internasjonale klasserom for våre studenter. Det finnes for tiden ingen slike stipender i Norge eller ved UiO, og prosjektgruppa mener mulighetene for dette bør kartlegges.

Handlingsrommet for studieavgift og stipender vil være med å forme det videre rekrutteringsarbeidet ved UiO.

3.2. Ressurser til prosjektet

UiO har satt av studieavgiftsmidler til forvaltning av studieavgift (som fakturering og saksbehandling av unntakssøknader) og rekruttering. Fra vinteren 2025 tilsvarer dette 3 årsverk i Avdeling for studieadministrasjon (SADM) og 1,5 årsverk i Avdeling for kommunikasjon og samfunnskontakt (AKS). I SADM er ett årsverk satt av til prosjektlederstilling, ett til prosjektmedarbeidere og ett til forvaltning av studieavgift. Årsverkene i AKS blir benyttet til kommunikasjon, markedsføring, utvikling av nettsider, nyhetsbrev og sosiale medier.

Det er satt av 1,55 millioner markedsføring i året. Erfaringen så langt viser at dette ikke er tilstrekkelig til å sette i gang større markedsføringstiltak, som for eksempel messedeltakelse i flere land og rekrutteringskampanjer i prioriterte land. Et høyere markedsbudsjett vil gi prosjektet større handlingsrom til å gå fra nærmest null digital synlighet internasjonalt til et strategisk arbeid med å synliggjøre UiO for kvalifiserte og betalingsvillige søkere.

4. Anbefalinger for veien videre

UiOs konkurransesituasjon er en helt annen enn i tiden før studieavgift, og UiO bør fremover følge opp søkerne tettere gjennom søknadsprosessen. I tillegg bør UiO gjennomføre integrerende arrangementer for internasjonale studenter. HK-dirs undersøkelser³ viser at internasjonale studenter føler seg ensomme, og at de opplever å ikke bli behandlet som viktige ressurser. Når UiO ønsker å være ledende i Norge på studentrekruttering, må det også gjelde integrering underveis i studiene. Søkeroppfølging og arrangementer på tvers av fakultet er tiltak det per i dag ikke er tilstrekkelige ressurser til i prosjektet. For å kunne øke antallet internasjonale studenter, tilbake til nivået det var før innføring av studieavgift, må UiO være villig til å investere i denne prosjektfasen. I samme situasjon i Sverige i 2010, valgte Lunds universitet å investere studieavgiftsmidler for å snu den negative trenden. Fire år etter var de tilbake til tilnærmet samme antall studenter fra utenfor EU/EØS som før studieavgift. Siden har denne studentgruppen blitt tredoblet i Lund, noe som er mer enn landsgjennomsnittet i Sverige og det kan bety at investeringene de gjorde bidro til denne utviklingen. UiO har etter innføringen av studieavgift riktignok sett en økning i antallet studenter fra EU, men med færre tredjelandsstudenter enn på lang tid, er klasserommene mindre internasjonale og våre studenter mister viktige perspektiver. I en svensk rapport fra 2017 kommer det frem at innføringen av studieavgift har hatt negativ effekt på rekrutteringen til forskerutdanning for kandidater fra utenfor EU/EØS og Sveits.⁴ Når UiO vil styrke sin stilling som et ledende internasjonalt forskningsuniversitet, er en økt satsning på studentrekruttering fremover nødvendig.

4.1. Forlengelse av prosjektperioden ut 2027

Det anbefales å utvide prosjektet med ett år, til ut 2027. Det tar tid å posisjonere seg i et marked der UiO, inntil denne høsten, har hatt svært lav synlighet og vi har i liten grad hatt mulighet til å påvirke søkerne til

høsten 2026-opptaket. Ved å utvide prosjektet med ett år, vil UiO få mulighet til å følge hele søkerreisen for opptakssyklusen høsten 2027 og få bedre grunnlag til å se om tiltakene har hatt ønsket effekt i form av flere betalende studenter. Siste del av prosjektperioden vil bli brukt til å levere en endelig anbefaling om hvordan internasjonal rekruttering ved UiO kan innlemmes i ordinær drift.

4.2. Ekstra årsverk og økt markedsbudsjett

For å sikre at søkere og studenter UiO rekrutterer blir fulgt opp og tatt imot på best mulig måte, anbefales det å oppbemanne Knutepunktet med ett årsverk i prosjektperioden.

For å få større handlingsrom til å gjennomføre flere rekrutteringstiltak i pilotfasen, anbefales det å øke markedsbudsjettet til 2,4 millioner i 2026 og til 3 millioner ved en eventuell utvidelse til 2027.

4.3. Avklare rammebetingelser

Parallelt med prosjektet pågår det politiske prosesser og diskusjoner om både studieavgift og stipender som vil ha betydning for prosjektets arbeid. Hvordan UiO forholder seg til foreslåtte endringer i regelverket for studieavgifter, og hvorvidt universitetet vurderer å redusere prisnivået for å styrke sin konkurranseevne vil være avgjørende for veien videre. I tillegg bør UiO ta stilling til mulighetene for en egen stipendordning.

4.4. Strategisk satsning på den engelskspråklige porteføljen

De første undersøkelsene i prosjektet viser at valg av institusjon blant internasjonale studenter primært styres av programmenes innhold, kvalitet og relevans. SADM har tidligere dokumentert at UiO siden 2020 har redusert antallet studieprogram tilgjengelig for internasjonale søkere, noe som kan ha svekket rekrutteringen. For å lykkes må UiO tilby en konkurransedyktig portefølje av engelskspråklige program.

Prosjektgruppen anbefaler at UiO styrker og gjenoppbygger denne porteføljen.

¹ [UiOs handlingsplan for internasjonalisering av utdanning](#)

² [Rapport/vedlegg fra svensk riksrevisjon](#) s. 16

³ [International Students in Norway 2025 | ideas2evidence.com](#)

⁴ [Kartläggning av studieavgifter fra svenske UKÄ](#) s. 88

Inntekter og kostnader studieavgifter

Tidspunkt	Årstall	2025		2026		2027	
	Termin	VÅR	HØST	VÅR	HØST	VÅR	HØST
Studenttall	Nye betalende studenter		40		50		150
	Betalende studenter underveis i løpet	70	40	80	40	90	50
	NORSTIP	3	26	26	23	23	
	Betalende totaltall (inkl. NORSTIP)	73	106	106	113	113	200
Inntekter (studieavgifter)	Ordinær betaling	-7 300 000	-8 000 000	-8 000 000	-9 000 000	-9 000 000	-20 000 000
	NORSTIP-studenter oppstart 2024	-329 000	-341 000	-341 000			
	NORSTIP-studenter oppstart 2025		-2 321 000	-2 321 000	-2 321 000	-2 321 000	
Kostnader	Fakultetene (kompensasjon for studiepoengproduksjon)	2 555 000	3 710 000	3 710 000	3 955 000	3 955 000	7 000 000
	Rekrutteringsprosjekt - stillinger og markedsbudsjett	3 025 000	3 025 000	3 450 000	3 450 000	3 750 000	3 750 000
	Fast stilling Knutepunktet, admin studieavgifter			500 000	500 000	500 000	500 000
Rest	Tentativ fordeling til fakultetene	-2 049 000	-3 927 000	-3 002 000	-3 416 000	-3 116 000	-8 750 000

Estimert basert på gjennomsnittssats per år på 200 000 kr

Estimert basert på gjennomsnittssats per år på 70 000 kr

1 årsverk estimert til 1 000 000 kr