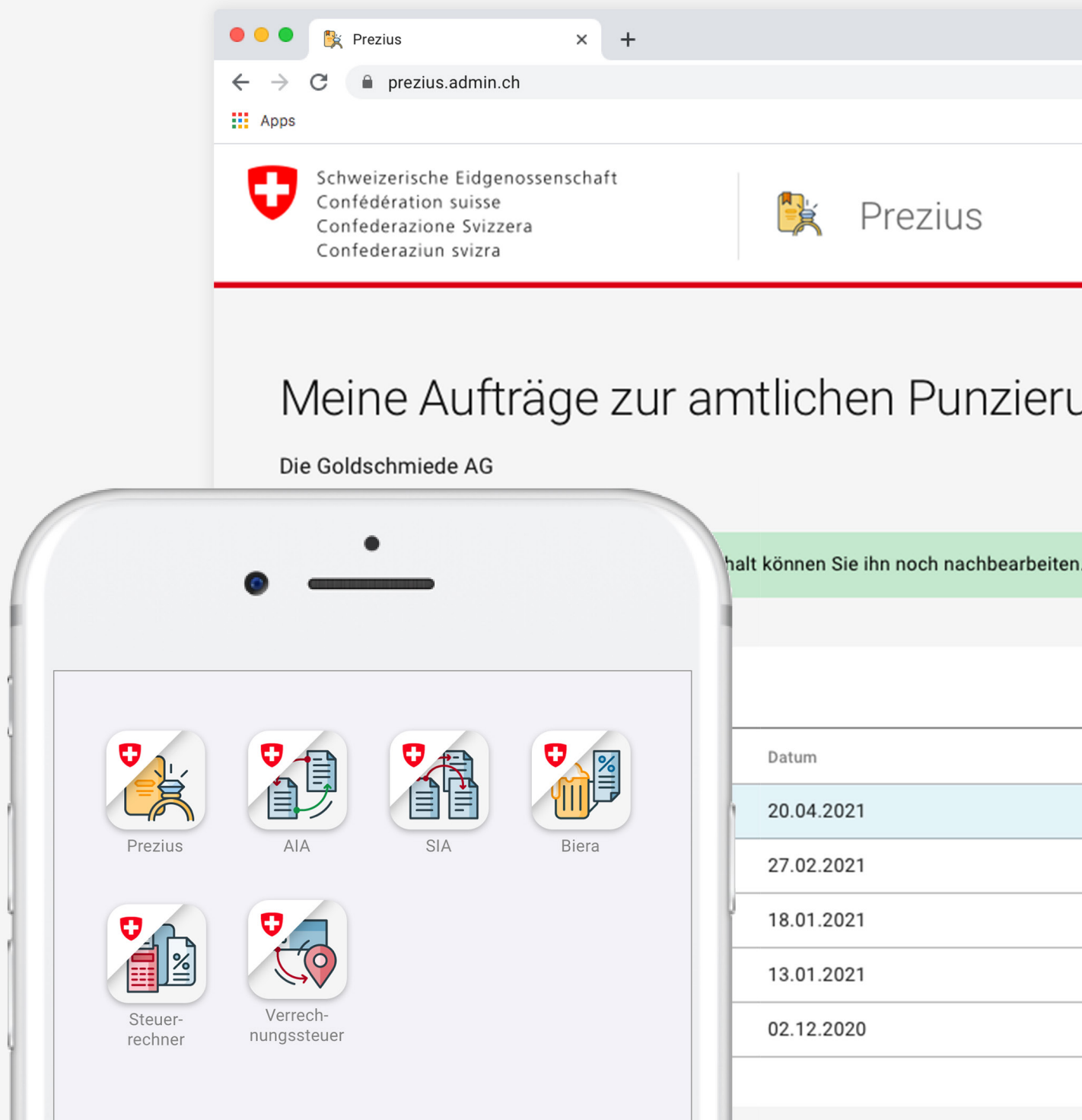


Konzept

Product Icons

Generalsekretariat Eidgenössisches Finanzdepartement
10. Dezember 2020



Inhalt

3 Gesamtkontext

4 Grundlagen

- Anspruch
- Material Design
- Font Awsome
- Farbpalette
- Links

10 Regeln

- Grid
- Größen
- Zustände
- Anwendungsbereiche
- Linien
- Flächen
- Grundformen
- Textelemente
- Accessibility
- No-Gos

27 Prozess

- Übersicht
- 1 Briefing / Workshop
- 2 Skizzen
- 3 Design, Mockup
- 4 Accessibility Check
- 5 Reinzeichnung
- 6 Export + Auslieferung

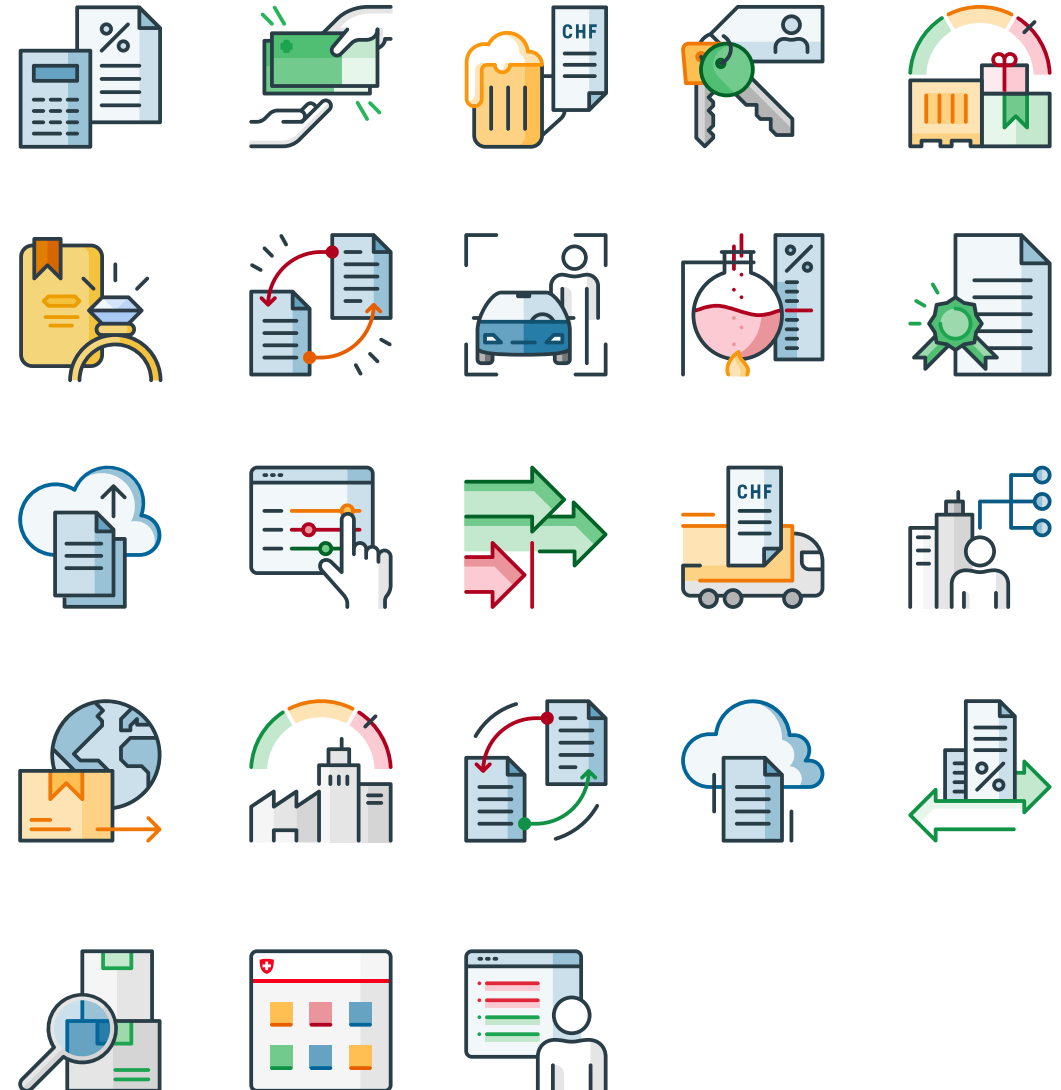
32 Impressum

Gesamtkontext

Auf dem [Portal der Bundesverwaltung](#) werden digitale Services des Bundes zusammengefasst angeboten. In den nächsten Jahren werden dies mehrere hundert sein, wobei jeder Service ein individuelles Product Icon haben wird.

Damit der User rasch und angenehm zum Ziel findet, kommt den Product Icons eine zentrale Bedeutung zu. Sie müssen einerseits den einzelnen Service als **hochwertiges, vertrauenswürdiges und technologisch zeitgemässes Produkt** repräsentieren, andererseits **in der Serie abwechslungsreich und übersichtlich** wirken.

Dieses Konzept baut auf den [Richtlinien Web-design Bund](#) auf. Es definiert Regeln und den Prozess, wie Product Icons des Bundes umgesetzt werden.



Grundlagen

Anspruch

Material Design

Font Awesome

Farbpalette

Links

Anspruch

Einheitliches Erscheinungsbild

Die Product Icons orientieren sich am [CD Bund](#). Damit stellt das Konzept sicher, dass dem User einheitlich und hochwertig gegenübergetreten wird. Gleichzeitig wollen die Product Icons der aktuellen digitalen Ästhetik entsprechen. Externe Orientierungsmarken sind [Material Design](#) (für UI Design) und [Font Awesome](#) (für Icon Design). Beide Systeme werden beim Bund bereits verwendet.

Flexibilität

Das Konzept muss flexibel sein, damit über einen längeren Zeitraum zahlreiche, individuell wirkende Icons darauf aufgebaut werden können. Bei der inhaltlichen Umsetzung und der Anwendung der Farbpalette wird daher Spielraum gelassen. Demgegenüber gewährleisten klare Regeln bei der formalen Umsetzung, dass die Zusammengehörigkeit übergeordnet bestehen bleibt.

Aussagekraft

Ein Product Icon transportiert den Mehrwert des Services – trotz formaler Reduktion – so deutlich wie möglich, um die richtige Erwartungshaltung beim User zu erzeugen. Darum wird nicht nur die Nutzergruppe, sondern auch der Kontext der Nutzung des jeweiligen Produktes berücksichtigt.

UX

Die Product Icons als «Verpackung» von Services der Bundesverwaltung und frühe Schnittstelle zum User müssen aus Sicht UX überzeugen. Echte User bereits bei der Entwicklung eines Product Icons einzubeziehen hilft, Symbole zu verwenden, die intuitiv verstanden werden. Zu einer guten UX gehört aber auch eine überzeugende Wirkung als Serie.

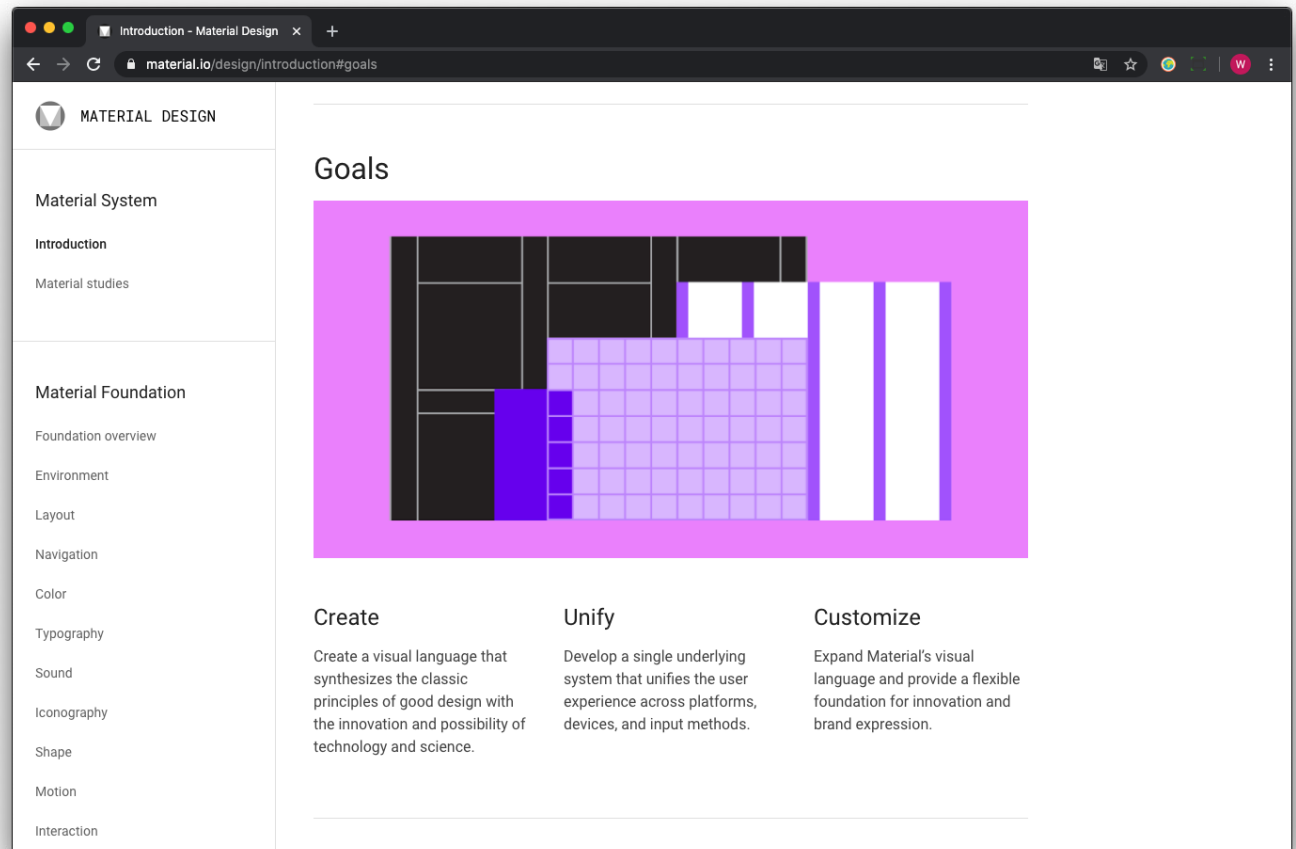
Accessibility

Product Icons müssen in allen Varianten für User mit Beeinträchtigung barrierefrei zugänglich sein. Vorgaben zur Einhaltung der [Barrierefreiheit](#) sind in den Richtlinien Webdesign Bund definiert. Für visuell barrierefreie Product Icons ist ein Mindestkontrast und ein adäquater Detaillierungsgrad relevant.

Material Design

Material Design ist ein Open Source Design System von Google, welches Erfahrungswerte aus Design, Technologie und Wissenschaft zusammenführt. Material Design wird von Designern und Entwicklern laufend weiterentwickelt.

Dank der Orientierung an Material Design kann die neue Web Design Library des Bundes auf **geräteübergreifende** Erfahrungswerte in Bezug auf **UX und Accessibility** sowie bereits bestehende Komponenten und Tools zurückgreifen.

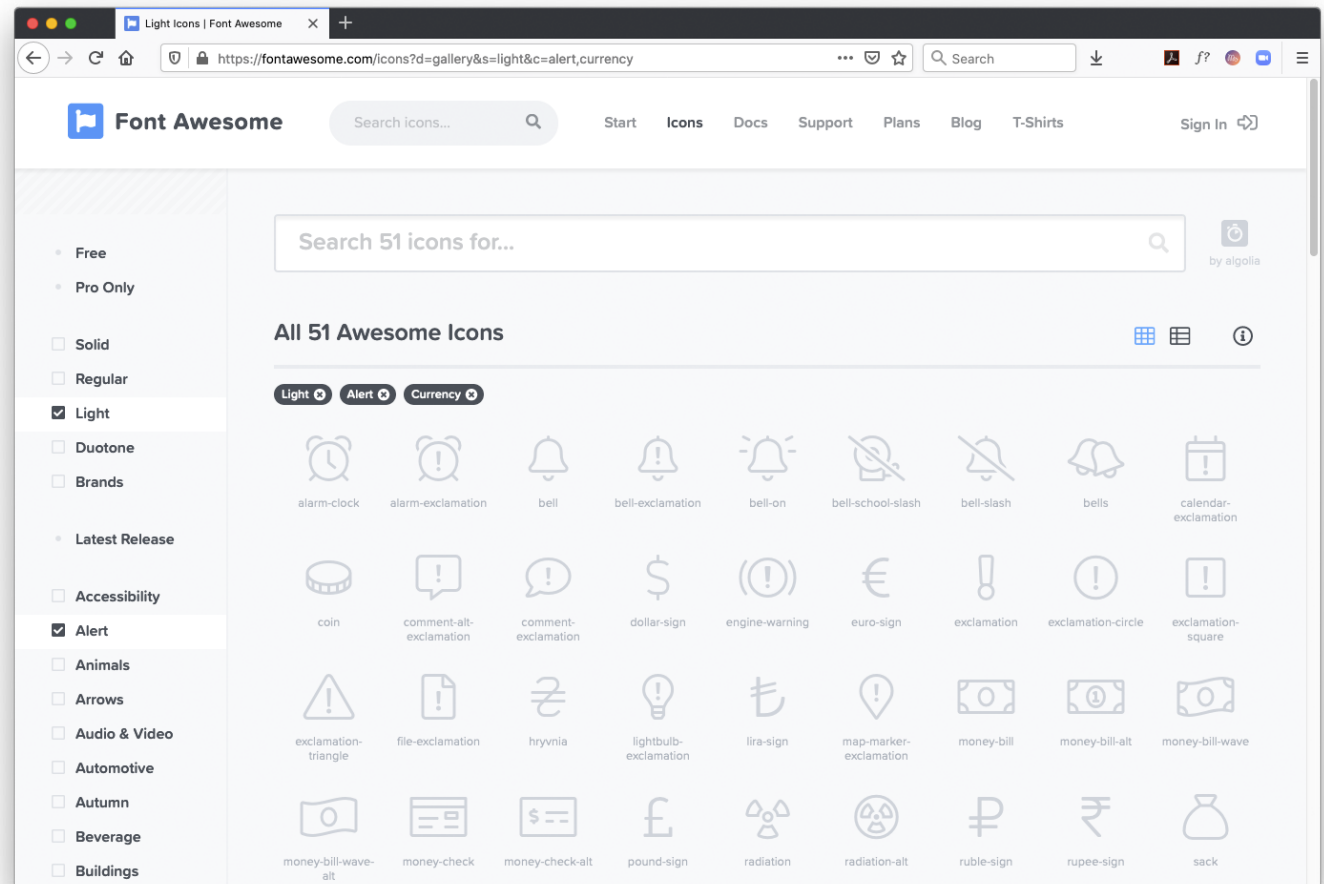


Font Awesome

Bundesintern werden bereits Icons aus der [Font Awesome](#) Sammlung in der Version "Light" verwendet.

Die Product Icons lehnen sich daher stilistisch an Font Awesome an (Outline und abgerundete Linien) und nutzen soweit vorhanden dieselben Darstellungen.

Um dem Anspruch in Bezug auf **Aussagekraft** gerecht zu werden, sind Product Icons jedoch immer individuelle Anfertigungen.



Grundlagen

Farbpalette

Die Farbpalette gemäss [CD Bund](#) wurde für die Entwicklung der neuen Web Design Library des Bundes (basierend auf Material Design) erweitert.

Für Product Icons steht die **erweiterte Farbpalette** zur Verfügung.

Primary Cerulean	#006699		
Primary-900	#293D47	Primary-400	#267DA8
Primary-800	#214456	Primary-300	#66A3C2
Primary-700	#14516F	Primary-200	#99C2D6
Primary-600	#0A5B84	Primary-100	#CCE0EB
Primary-500	#006699	Primary-50	#F2F7FA

Secondary Malibu	#66AFE9		
Secondary-900	#3D4C57	Secondary-400	#66AFE9
Secondary-800	#47657C	Secondary-300	#9BCBF0
Secondary-700	#517D9F	Secondary-200	#B2D7F4
Secondary-600	#5990BB	Secondary-100	#D1E7F8
Secondary-500	#60A2D6	Secondary-50	#EFF7FC

Bund Red	#F7001D		
Venetian Red	#DC0018		

Black	#000000	Gray-400	#B4B4B4
Gray-800	#171717	Light-gray	#D5D5D5
Night-rider	#333333	Gainsboro	#E5E5E5
Coal	#454545	Smoke	#F5F5F5
Empress	#757575	White	#FFFFFF

Farbpalette CD Bund

Success 900 Dark	#006226	Success 400	#50BF73
Success 800 Default	#00813A	Success 300	#72CB8C
Success 700	#0F9245	Success 200	#9CD9AD
Success 600	#1DA451	Success 100 Light	#C3E8CD
Success 500	#27B45B	Success 50	#E6F6EB

Warning 900	#501900	Warning 400	#F07703
Warning 800	#5F1A00	Warning 300	#FB970B
Warning 700 Dark	#80310D	Warning 200	#FFBF52
Warning 600	#AF4600	Warning 100	#FED284
Warning 500 Default	#E75E00	Warning 50 Light	#FEE3B5

Error 900	#630012	Error 400	#DE2839
Error 800	#86090C	Error 300	#DE6C74
Error 700 Dark	#931012	Error 200	#EA959B
Error 600	#A31A17	Error 100 Light	#FBCAD2
Error 500 Default	#B00020	Error 50	#FDEAEE

Zusatzfarben Web Design Library Bund

Links

Bund

Richtlinien für das Webdesign Bund:

<https://swiss.github.io/styleguide/de/>

Barrierefreiheit (Contrast Analyser):

<https://www.leserlich.info/kapitel/farben.php>

Confluence:

<https://confluence.bit.admin.ch/pages/viewpage.action?spaceKey=EVZMETHODIK&title=Icon+Konzept>

Material Design / Font Awesome

Material Design, Product Icons:

<https://material.io/design/iconography/>

Google Icon Design Templates:

<https://goo.gle/icontemplates>

Font Awesome:

<https://fontawesome.com/>

Nützliche Tutorials

How to Make Icons:

<https://design.tutsplus.com/articles/how-to-make-icons--cms-32202>

How to Create Pixel-Perfect Artwork using Adobe Illustrator:

<https://design.tutsplus.com/tutorials/how-to-create-pixel-perfect-artwork-using-adobe-illustrator--cms-23907>

Understanding Adobe Illustrator's Grid System:

<https://design.tutsplus.com/tutorials/understanding-adobe-illustrators-grid-system--cms-23623>

Regeln

Grid

Größen

Zustände

Anwendungsbereiche

Linien

Flächen

Grundformen

Textelemente

Accessibility

No-Gos

Regeln

Grid

Ausgehend vom Grid, den Google für seine Product Icons nutzt, wird ein Grid für die Product Icons «Bund» abgeleitet.

Der Grid sieht ein quadratisches Icon mit einer Seitenlänge von 192 Pixel vor. Der eigentliche Bildbereich beträgt 152 Pixel * 152 Pixel. Dies ist der **Default** eines Product Icon «Bund».

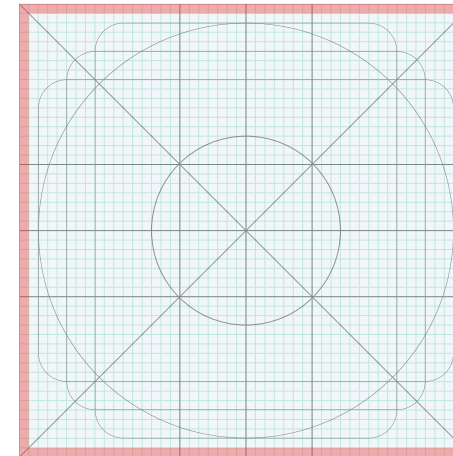
Dem **Favicon** (32 Pixel * 32 Pixel) hinterliegt ein separater Grid ohne Schutzbereich.

Links

Google Material Design, Product Icons:
<https://material.io/design/iconography/>

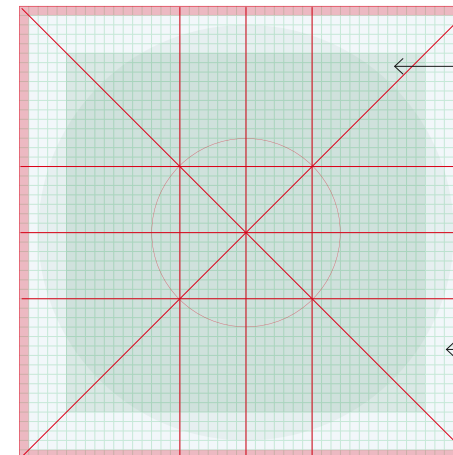
Google Icon Design Templates:
<https://goo.gle/icontemplates>

Grid für Google Product Icon
192px * 192px



■ = 4px * 4px

Grid für Product Icon «Bund»
Default
192px * 192px



← Bildbereich
152px * 152px

← Schutzbereich

← Sperrbereich

Grid für Favicon «Bund»
32px * 32px



Regeln

Grössen

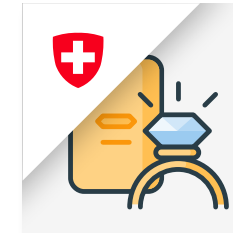
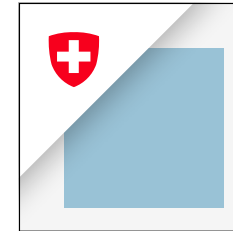
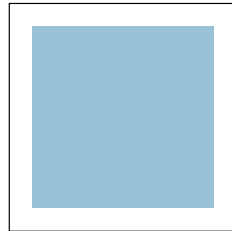
Die Product Icons werden in folgenden Grössen und Dateiformaten umgesetzt (vgl. dazu auch Anwendungsbereiche, S. 15-16):

Default (SVG): Pixelgenaue Normalgrösse ().

Favicon (PNG): Individuell erstellte, pixelgenau reduzierte Version des Default Icons. Diese Version dient als Vorlage für das App Icon.

App Icon (SVG und PNG): Als Ausgangslage für das App Icon dient die reduzierte Version des Favicons.

Der Bildbereich des App Icons ist im Vergleich zum Default um ca. 90% nach rechts unten verkleinert, so dass die Lasche Bund nicht zuviel abdeckt. Die Lasche Bund hebt sich zusätzlich mit einem Schlagschatten von dem Icon ab und legt sich über das Bild. Der graue Hintergrund unterstützt diesen visuellen Effekt und rückt die Lasche in den Vordergrund.



Default

Grösse:
192px * 192px

Bildbereich:
152px * 152px

Icon:
bunt

Hintergrund:
transparent

Favicon

Grösse:
32px * 32px

Bildbereich:
30px * 30px

Icon:
bunt, vereinfacht

Hintergrund:
transparent

App Icon

Grösse:
192px * 192px

Bildbereich:
134px * 134px

Icon:
bunt

Hintergrund:
#F5F5F5 (Smoke)

Lasche:
#FFFFFF (White)
und Flagge Bund

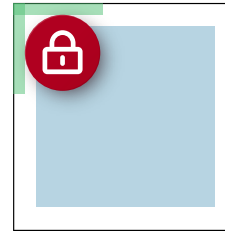
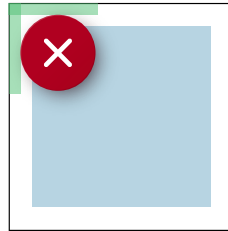
Regeln

Zustände

Um Product Icons in den Zuständen «Offline» und «No Access» anzuzeigen, wird der Zustand «Default» mit 80% Transparenz und einem roten Badge mit Kreuz (für Offline) bzw. mit Schloss (für No Access) dargestellt.

Die beiden Badges werden einmalig in der Grösse «Default» pixelgenau auf transparentem Hintergrund umgesetzt (SVG).

Für das App Icon und das Favicon gibt es keine Zustände «Offline» und «No Access».



Offline

Grösse:
192px * 192px
Bildbereich:
152px * 152px
Icon:
bunt,
80% transparent
Hintergrund:
transparent
Badge:
#b00020 (Error 500)

No Access

Grösse:
192px * 192px
Bildbereich:
152px * 152px
Icon:
bunt,
80% transparent
Hintergrund:
transparent
Badge:
#b00020 (Error 500)

Regeln

Anwendungsbereiche

Die Product Icons kommen im **Browser** in folgenden Bereichen zum Einsatz:

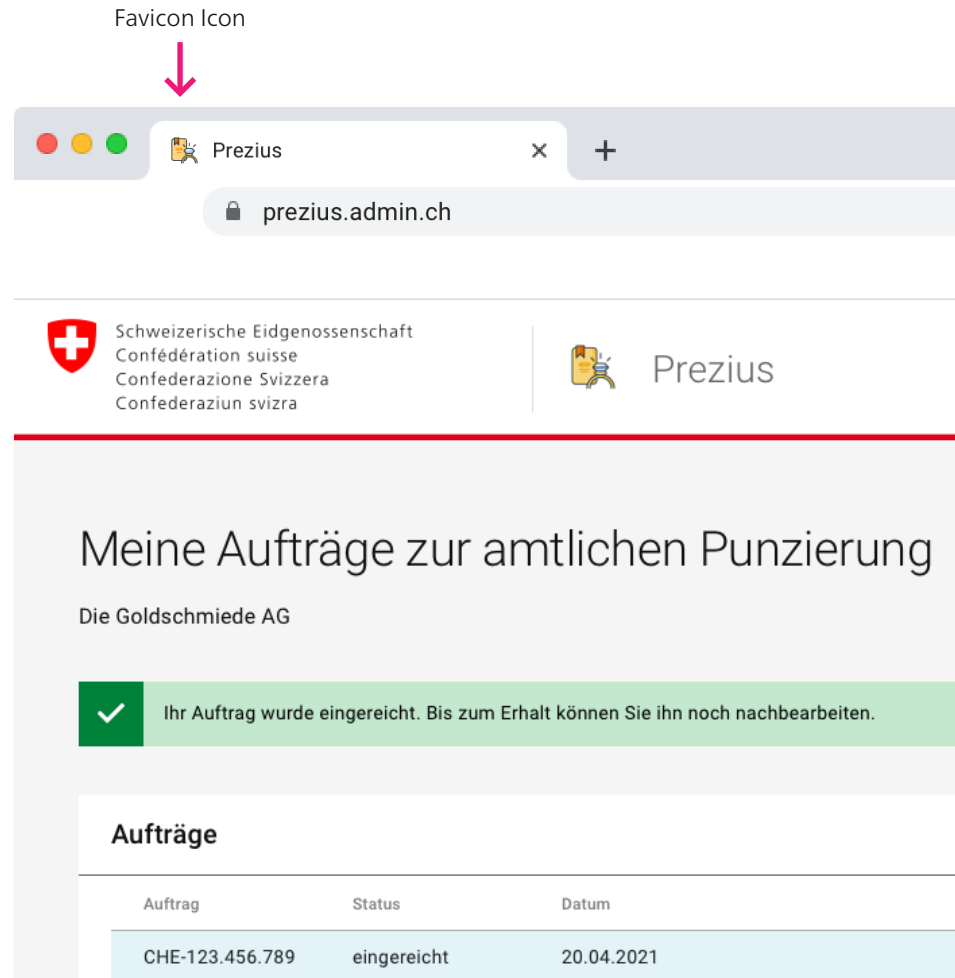
- **Header auf Produktseite (Default)**
- **Browserleiste (Favicon)**
- Widget-Menü (Widget, Zustände)
- Kachel auf Homescreen (Default, Zustände)

Die Anwendungsbereiche sind rechts visualisiert.

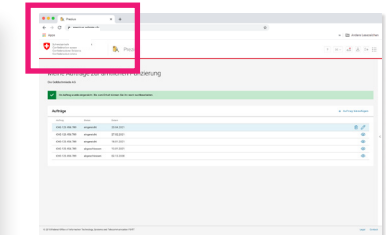
Auf **mobilen Geräten** wird das «App Icon» eingesetzt. Die Anwendung für folgende Bereiche:

- Homescreen
- Favoriten
- Leseliste

ist auf der folgenden Seite visualisiert.



Headerbereich



← Default Icon

Regeln

Anwendungsbereiche

Die Product Icons kommen im **Browser** in folgenden Bereichen zum Einsatz:

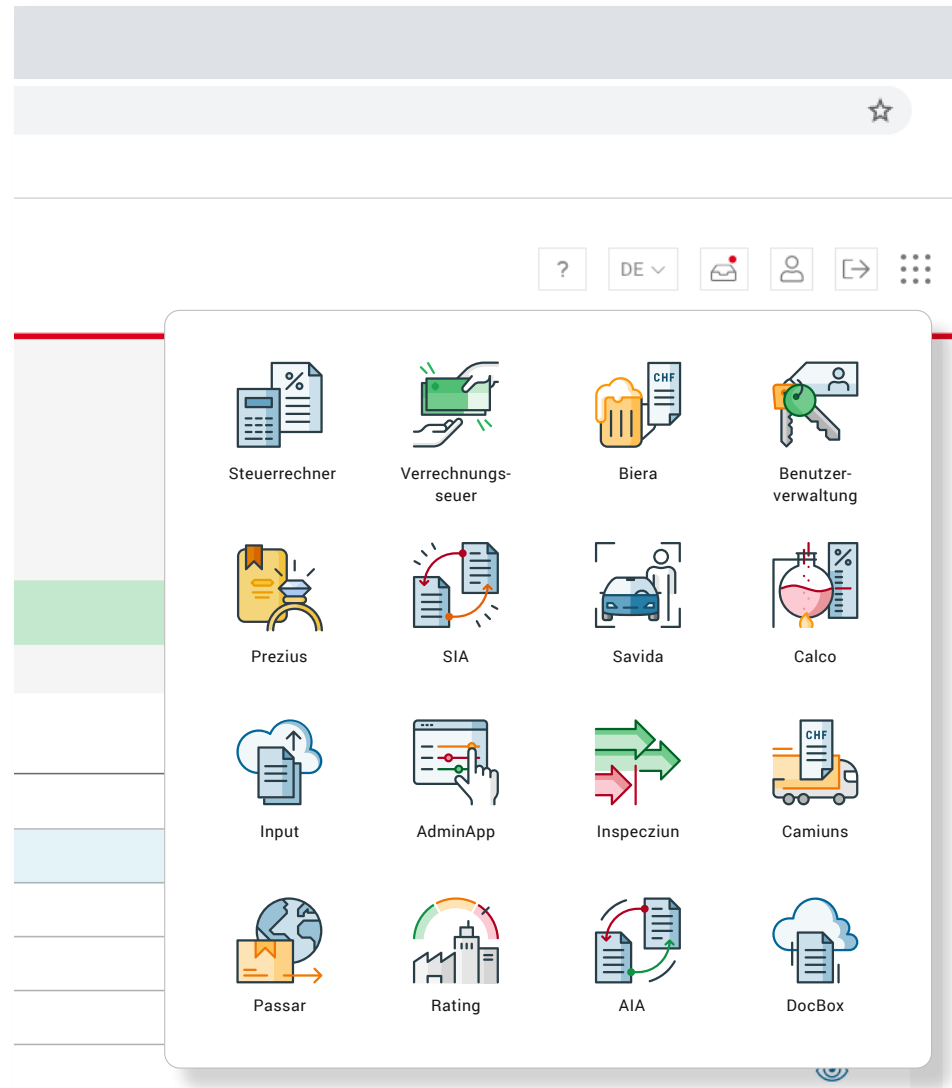
- Header auf Produktseite (Default)
- Browserleiste (Favicon)
- **Widget-Menü (Widget, Zustände)**
- Kachel auf Homescreen (Default, Zustände)

Die Anwendungsbereiche sind rechts visualisiert.

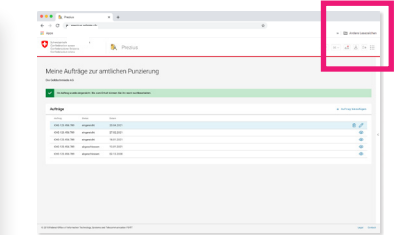
Auf **mobilen Geräten** wird das «App Icon» eingesetzt. Die Anwendung für folgende Bereiche:

- Homescreen
- Favoriten
- Leseliste

ist auf der folgenden Seite visualisiert.



Headerbereich



← Widget Zustände

Regeln

Anwendungsbereiche

Die Product Icons kommen im **Browser** in folgenden Bereichen zum Einsatz:

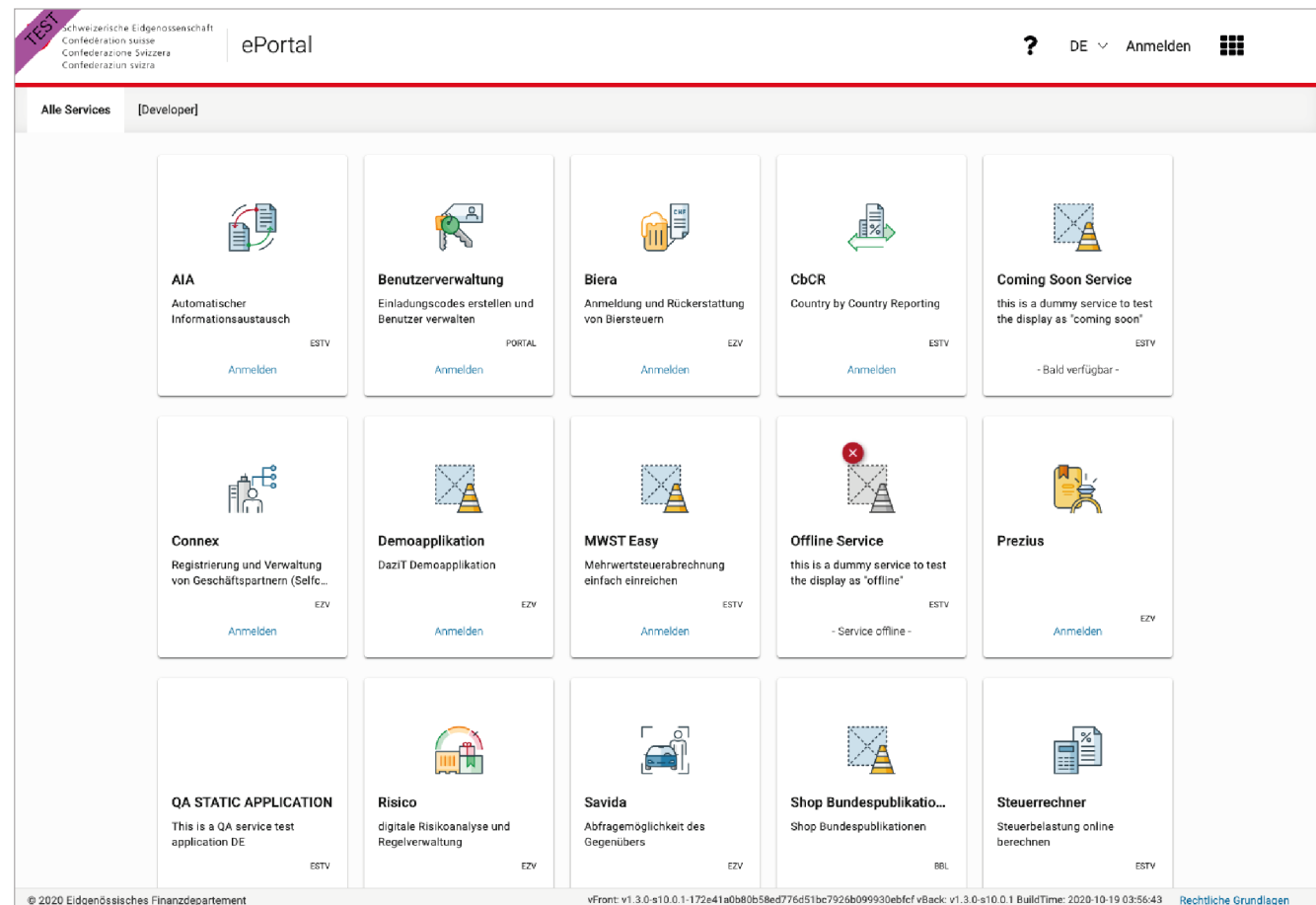
- Header auf Produktseite (Default)
- Browserleiste (Favicon)
- Widget-Menü (Widget, Zustände)
- **Kachel auf Homescreen (Default, Zustände)**

Die Anwendungsbereiche sind rechts visualisiert.

Auf **mobilen Geräten** wird das «App Icon» eingesetzt. Die Anwendung für folgende Bereiche:

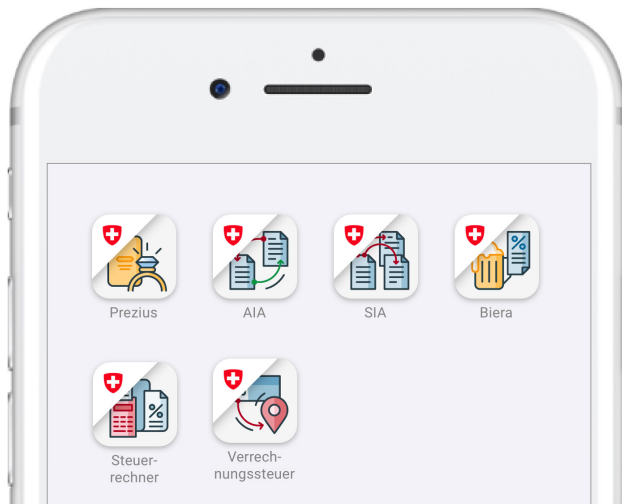
- Homescreen
- Favoriten
- Leseliste

ist auf der folgenden Seite visualisiert.



Default Zustände

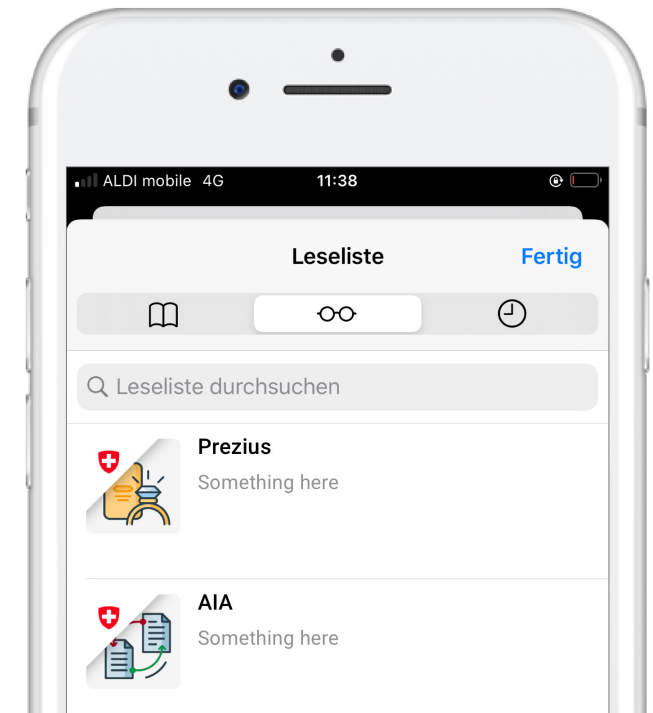
Anwendungsbereiche



«App Icon» auf Homescreen



«App Icon» in Favoriten



«App Icon» in Leseliste

Regeln

Linien

Jedes Product Icon basiert auf einer Linienzeichnung. Um Eigenschaften des jeweiligen Produktes hervorzuheben können Flächen eingefärbt werden (siehe nächste Seite).

Als dominierende **Linienfarbe** wird das Dunkelblau «Primary 900» verwendet. Einzelne Linien können bunt hervorgehoben werden, um die Produkteigenschaft zu unterstreichen.

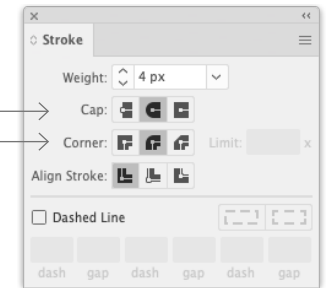
Die **Linienbreite** ist für «Default» und «App Icon» 4 Pixel. Für das Favicon wird mit einer Linienbreite von 1 Pixel gearbeitet. Innerhalb eines Icons gibt es keine variierende Linienbreite.

Default,
App Icon



Standard-Linie
4px,
Primary 900 (#293D47)

Highlight-Linie
4px,
beliebige Farbe aus
der Palette (muss einen Mindestkontrast von 4.5:1 zum Hintergrund haben)



Favicon



**Wie «Default», aber
Linienbreite 1px**

Regeln

Linien

Default,
App Icon



Favicon



Standard-Linie

4px,
Primary 900 (#293D47)

Highlight-Linie

4px,
beliebige Farbe aus
der Palette



Wie «Default», aber
Linienbreite 1px



Regeln

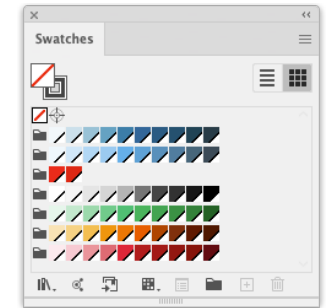
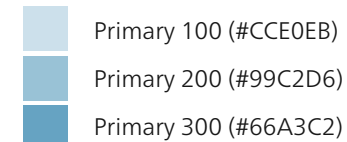
Flächen

Die Flächen der im Product Icon gezeigten Objekte sind eingefärbt und innerhalb der Fläche leicht schattiert.

Dafür stehen alle Farben der Farbpalette zur Verfügung. Diese sollen jedoch massvoll und passend zum dargestellten Objekt angewandt werden. Die Schattierung sollte jeweils nur ein bis zwei Farbtöne dunkler sein und aus derselben Farbgruppe stammen (siehe Farben S. 8).

In den Beispielen rechts und auf der nächsten Seite werden die Füllfarben angezeigt.

Default,
App Icon



Erweiterte Farbpalette
CD Bund (siehe S. 8)

Favicon



Wie «Default»
Sehr kleine Flächen
werden in der Linien-
farbe gefüllt.

Regeln

Flächen

Default,
App Icon



	Warning 100 (#FED284)
	Warning 200 (#FFBF52)
	Warning 400 (#F07703)
	Warning 500 (#E75E00)
	Secondary 300 (#9BCBF0)
	Secondary 200 (#B2D7F4)
	Secondary 100 (#D1E7F8)
	Secondary 50 (#EFF7FC)



	Warning 50 (#FEE3B5)
	Warning 100 (#FED284)
	Warning 200 (#F07703)
	Primary 100 (#CCE0EB)
	Primary 200 (#99C2D6)
	Primary 300 (#66A3C2)

Favicon



Wie «Default»



Wie «Default»
Sehr kleine Flächen
werden in der Linien-
farbe gefüllt.

Regeln

Grundformen

Die Product Icons werden aus **Rechtecken**, **Linien** und **Kreisen** aufgebaut. Um detailliertere Formen zu erstellen sind auch **diagonale Linien** und **abgerundete Ecken** möglich.

Bei allen Linien (auch diagonalen) sollte darauf geachtet werden, dass die Endpunkte auf den Pixel genau sind.

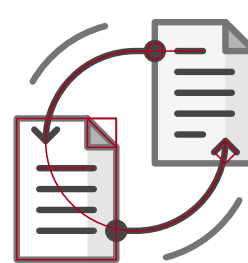
Abgerundete Ecken entstehen durch das Einsetzen eines viertel Kreises in der Ecke wie bei Goldbarren und Bierglas in den Beispielen Rechts. Adobe Illustrator gibt die Möglichkeit einen Radius für einzelne Ecken festzulegen, so muss die Rundung nicht konstruiert werden. Für den Radius muss eine ganze, gerade Zahl gewählt werden, um Pixelgenauigkeit sicher zu stellen. Im Beispiel wurde mit einem 12 Pixel Radius gearbeitet.

Die Beispiele Bierschaum, Goldbarren und Ring zeigen, dass aus den Grundformen auch komplexere Formen konstruiert werden können.

Wo immer möglich werden Product Icons aus den Grundformen Rechteck und Kreis aufgebaut. Horizontale und vertikale Ausrichtung der Elemente aufeinander ist wünschenswert.

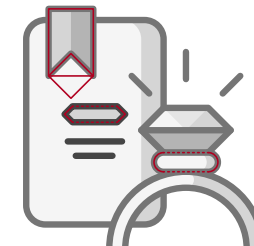
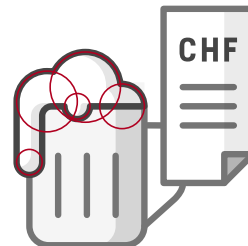
Komplexere Formen können aus den Grundformen kombiniert werden.

Abgerundete Ecken können mit Adobe Illustrator einfach erstellt werden.

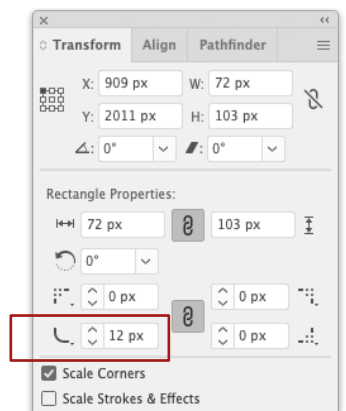
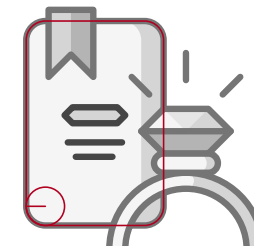


Für die Pfeilspitze wird ein Quadrat um 45 Grad gedreht

Alle Rundungen werden aus Kreisen abgeleitet.



Hier wurde ein Kreis halbiert und die offenen Enden mit horizontalen Linien verbunden.



Regeln

Textelemente

Wenn immer möglich sollten Product Icons ohne Textelemente auskommen. Wird trotzdem eines eingesetzt, dann sollte es möglichst kurz sein. Ein Beispiel dafür ist die Abkürzung für Schweizer Franken (CHF) rechts im Bild.

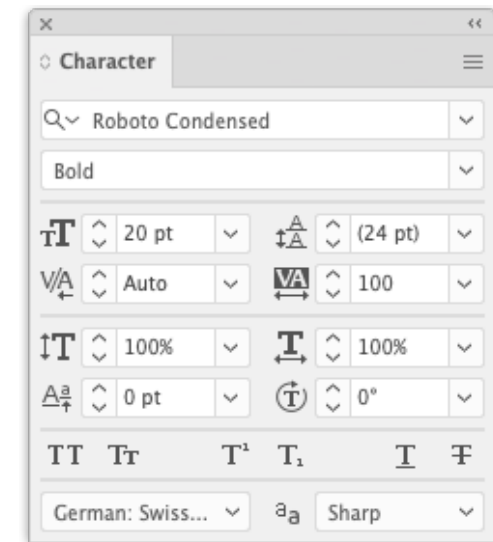
Für das Textelement wird die Schrift Roboto Condensed Bold verwendet. Grosszügige Spatzionierung hilft, dass sich die Buchstaben optisch klar voneinander absetzen.

Für das Favicon wird auf das Textelement verzichtet.



Favicon: Vereinfachte Version ohne Text

**A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z**



Schrifteinstellungen für das Product Icon Biera

Accessibility

Produkte des Bundes müssen für alle Menschen zugänglich und verständlich sein.

Die Product Icons müssen nach den Richtlinien WCAG 2.1 entwickelt werden (Kontrastverhältnis 4.5:1). Hier können die Kontrastverhältnisse der Product Icons überprüft werden:

<https://www.leserlich.info/kapitel/farben.php>

Auch inhaltlich dürfen die Product Icons nicht zu überladen und komplex sein, da diese sonst von Menschen mit Einschränkungen nicht verstanden werden können.

Wir empfehlen, die Accessibility von Product Icons durch den AX-Spezialisten des BIT sicherzustellen.

The screenshot shows the 'leserlich' website's accessibility checker. On the left is a dark blue sidebar with the 'leserlich' logo and a menu: 'leserlich & lesbar', 'Zeichen', 'Text', 'Kontrast und Farben' (highlighted with a blue bar and arrow), 'Bilder', 'Oberflächen', 'Digitale Medien', 'Schriftgrößenrechner', 'Kontrastrechner', and 'Suche'. The main content area has a light gray header with 'Bildschirm' and 'Druck' tabs. Below this, it shows 'Zeichenfarbe' with RGB values (R: 117, G: 117, B: 117) and 'Hintergrundfarbe' with RGB values (R: 255, G: 255, B: 255). A large yellow box displays 'Kontrastverhältnis 4,6:1' with a hand icon. At the bottom, a legend indicates 'normaler Text' with a red 'x' and 'großer Text' with a green checkmark.

Zeichenfarbe	
R	117
G	117
B	117

Hintergrundfarbe	
R	255
G	255
B	255

Kontrastverhältnis 4,6:1

☒ normaler Text

☒ großer Text

Screenshot www.leserlich.info

No-Gos



Unterschiedliche Linienbreite

Linien sind immer gleich breit:

- 4 Pixel für «Default» und «App Icon»
- 1 Pixel für «Favicon»

Zu wenig Kontrast

Sowohl zwischen Linien- und Füllfarbe, wie auch zwischen Linien- und Hintergrundfarbe muss genügend Kontrast bestehen, damit das Icon optimal lesbar ist.

Fantasiefarben und zu starke Abstufungen

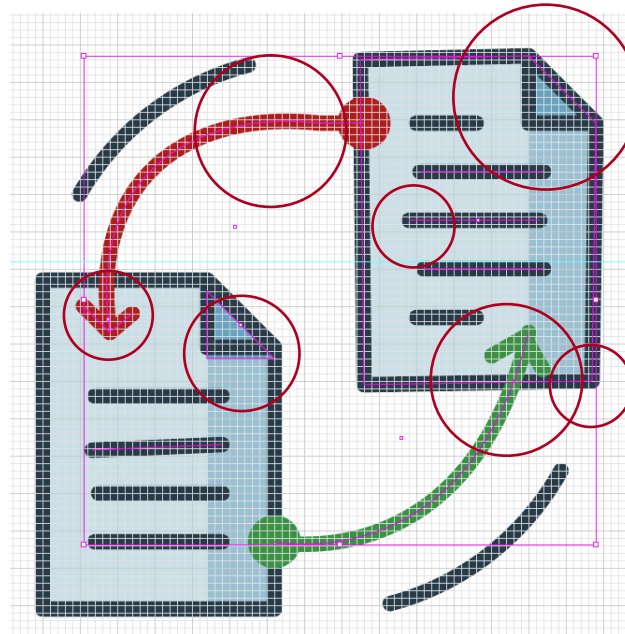
Farben sollten der natürlichen Farbe des dargestellten Objektes ähnlich sein. Schattierungen innerhalb einer Fläche sollten nicht zu sehr voneinander abweichen.

No-Gos



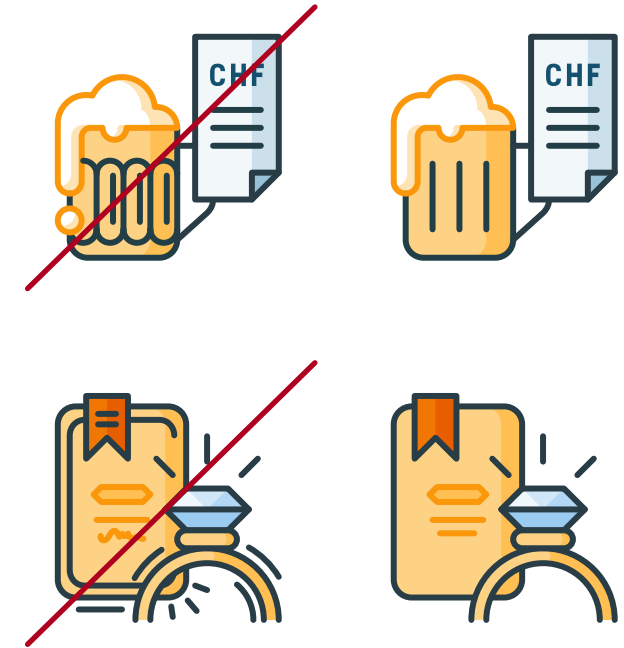
Keine bunten Flächen ohne Outline

Bunte Flächen sind nur innerhalb einer Outline möglich. So sind Flächen Objekten vorbehalten und können nicht als Schatten im Hintergrund auftreten. Bunte Flächen dürfen aber innerhalb durch einfache Schattierungen aufgelockert werden.



Unpräzise Formen

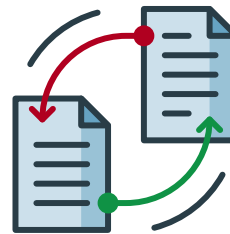
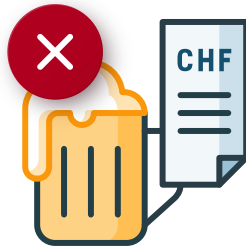
Die Icons werden pixelgenau gezeichnet. Vektorpunkte sind exakt auf dem Pixel platziert, gerade horizontale und vertikale Linien passen in den Pixelraster. Eine ungenaue Darstellung lässt das Icon unruhig aussehen und führt zu Unschärfen auf dem Bildschirm. Wenn mit geraden Pixelgrößen gearbeitet wird, ist auch die 50% Skalierung pixelgenau.



Zu viele Details

Die Bildelemente des Icons sollen nicht zu detailliert sein. Es reicht, ein Bierglas zu erkennen. Aus welcher Epoche das Bierglas stammt, spielt keine Rolle.

No-Gos



Keine wichtigen Bildelemente oben links

Die linke obere Ecke wird beim «App Icon» sowie in den Zuständen «No Access» und «Offline» von zusätzlichen Elementen abgedeckt. Daher sollten hier keine wichtigen Bildelemente platziert werden. Eine leichte Überlagerung ist jedoch erlaubt.

Überflüssige Textelemente

Icons werden nicht mit dem Produkt-Namen oder dessen Abkürzung ergänzt. Generell sollte ein Product Icon ohne Textelemente auskommen. Eine Ausnahme bilden Abkürzungen wie CHF für Schweizerfranken.

Prozess

Übersicht

1 Briefing / Workshop

2 Skizzen

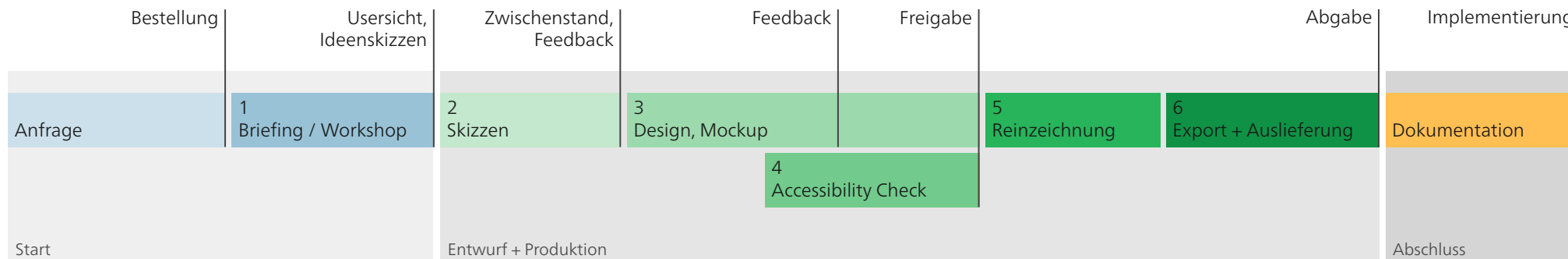
3 Design, Mockup

4 Accessibility Check

5 Reinzeichnung

6 Export + Auslieferung

Übersicht



Von der Anfrage bis zur Implementierung eines Product Icons werden standardmässig acht Schritte durchlaufen. Die Schritte «Anfrage» und «Dokumentation» sind in separaten Prozessen definiert. Der Auftraggeber (Bundesstelle) stellt sicher, dass für «Anfrage» und «Dokumentation» gemäss diesen Prozessen vorgegangen wird.

Im Folgenden werden die **Schritte 1 - 6** des **Prozesses «Product Icons»** beschrieben und **Rollen und Verantwortlichkeiten** zwischen **Auftraggeber** und **Agentur** definiert. Der Prozess ist für die Produktion von «Product Icons» des Bundes verbindlich vorgegeben.

Impressum

Impressum

Herausgeberin

Generalsekretariat Eidgenössisches
Finanzdepartement
<https://www.efd.admin.ch>

In Zusammenarbeit mit:

Bundesamt für Informatik und
Telekommunikation
<https://www.bit.admin.ch>
Eidgenössische Steuerverwaltung
<https://www.estv.admin.ch>
Eidgenössischer Zollverwaltung
<https://www.ezv.admin.ch>

Kontakt

Jürg Umhang, jürg.umhang@gs-efd.admin.ch

Auftragnehmerin

EBP Schweiz AG, Zürich
<http://www.ebp.ch>
<http://www.ebp-kommunikation.ch>

Version

10.12.2020