



Portfolio

Selection from 2020-2025

Franz-Felix Schwan
Graphic Designer

Mannheim, Germany
+49 176 61913339
contact@sanssaint.eu



CONTENTS

Profile	04
Branding	06
Visualizing	14
Layouting	24



O. PROFILE

1 Service

Since a young age, I dreamed of becoming an artist. But that dream evolved as I realized I wanted my craft to be an act of *service*, dedicated to bring clarity and dignity to the world. Design requires the ego to be set aside in favour of the needs of the product, the client, and the audience.

2 Reform

This act of service is often an act of *reform*. Reform does not mean discarding the old for the new. It means giving a new form to the same substance. This, in essence, is the task of a designer, to grant enduring values an appearance suited to a modern world.

3 Alliance

As I begin my professional career, I believe this work is most meaningful and effective when done in *alliance* with others. I am eager to join a team where my skills can contribute to a shared goal, to create work that is innovative, enduring, and meticulously executed.

Franz-Felix Schwan
Graphic Designer

Mannheim, Germany
+49 176 61913339
contact@sanssaint.eu

L A N G U A G E S

- ▶ German (C2)
- ▶ English (B2)
- ▶ French (A1)
- ▶ Chinese (HSK1)

S O F T W A R E

- ▶ Microsoft Windows
- ▶ Apple macOS
- ▶ Adobe Creative Cloud
- ▶ Microsoft 365
- ▶ PreSonus Studio One
- ▶ Figma

S K I L L S

- ▶ Graphic Design
- ▶ Typography
- ▶ Photography
- ▶ Video Editing
- ▶ Audio Production
- ▶ Music Composition
- ▶ Drawing



Chapter 1

BRANDING



1.1. SELF BRANDING



The whole mark of Sans Saint consists of three parts, these are (1) the figure mark, (2) the word mark, and (3) the sub mark.

The word mark of **Sans Saint** is a custom reform of the *Romain du Roi*, a serif typeface developed in the 1690s for the Royal Print Office of King Louis XIV of France, but modified to suit the unique voice of a brand that honours the past while shaping the future.

sanssaint

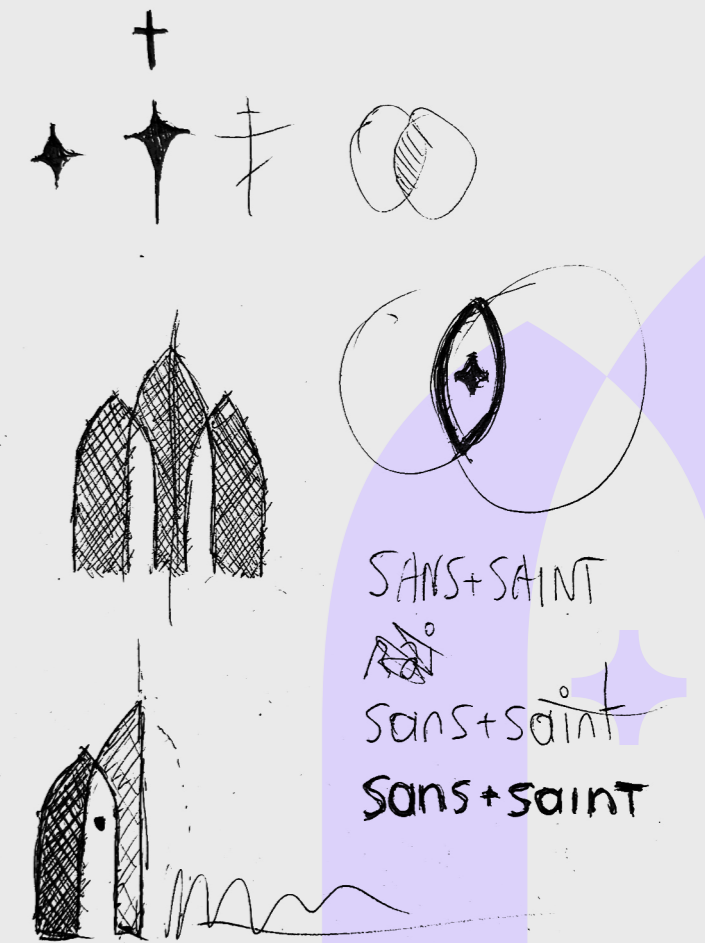
The original typeface "Royal Romain", designed by Gert Wiescher, and released in 2008, a transitional serif, or "Barock-Antiqua" according to DIN 16518, Group III.

SANS + SAINT

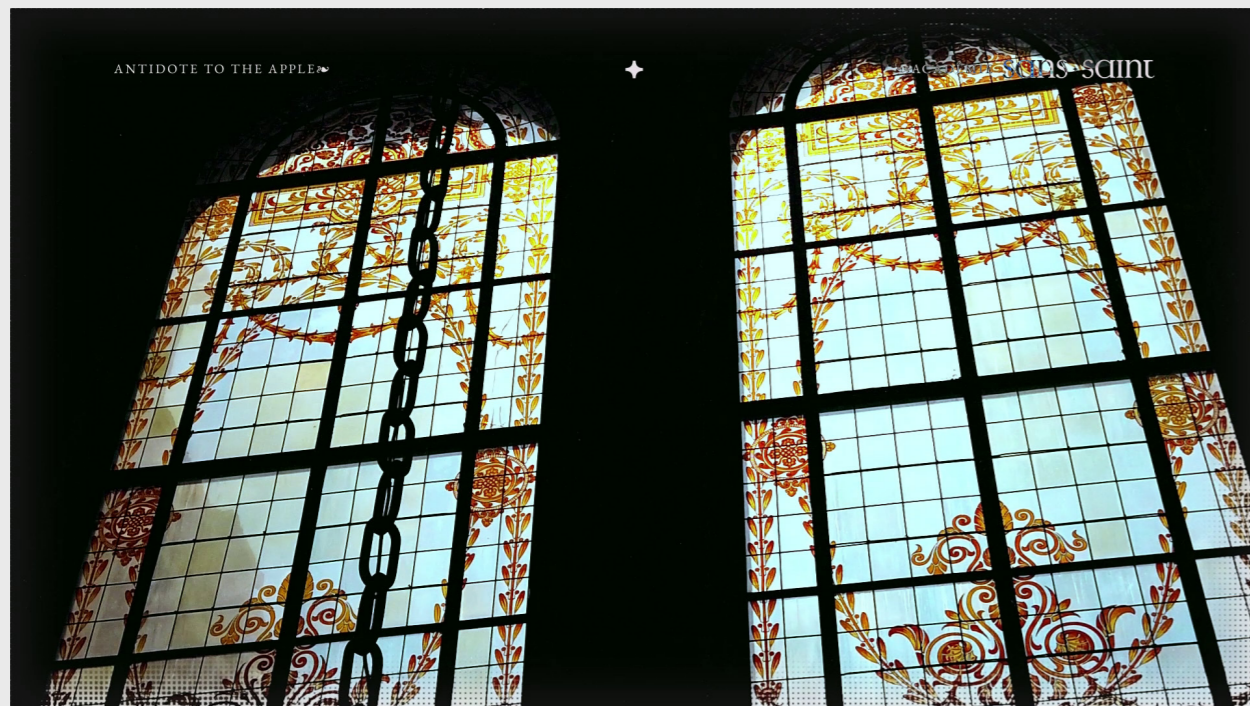
The modified typeface, turned into the word mark of "Sans Saint".

The figure mark of **Sans Saint** is an abstraction on the French Gothic architecture of the Basilica of Our Lady in Trier, the oldest city of Germany. Its form is built from a *Vesica piscis* to create a pointed arch, while the colours are inspired by the violet and magenta light filtering through its stained-glass windows.

As a recurring symbol, **Sans Saint** uses the star-cross, a symbol of paradox, of death and life, beginning and end. It represents *divinity* as being the purpose at the very heart of the brand.



1.1. SELF BRANDING



When applied, the corporate identity of **Sans Saint** works to convey a brand that is both traditional and avantgarde, professional and mystical, a brand of true *reform*.



1.2. BRAND PROJECT

With a team of four, I worked on creating the brand identity for **Vesta Press**, an up-and-coming manufacturer of traditional Italian coffee.

Vesta is the early Italian deity of the hearth fire. She stands for warmth, comfort, but also nomadic life. Naturally, the logo depicts her with a crown and a flame above her head, all in a vibrant and modern red.



The typography is set in a serif font from the Italian Renaissance, combined with a classic sans serif font from the years of Swiss Typography. The result is a logo that is conscious of the Italian tradition, but reforms it for today's consumers.



Vesta Press GmbH, Klingelhöferstr. 8, 10785 Berlin

Franz-Felix Schwan
Bürgermeister-Fuchs-Str. 79
68169 Mannheim



Vesta Press GmbH
Klingelhöferstr. 8
10785 Berlin

www.vestapress.de
Instagram: @vestapress

Sehr geehrte Damen und Herren,

Erum ipid untions equiatur aut la por rest es molut odit, non corit re cuscid et molupta mendiss imendi officiassunt maio eicipis apitas id quia vollaccum nim qui sant.

Doluptat pra disi utecabore veleniam, qui doluptatium faccus atiusam hitis volut volorep udistia simet ent aut quia aliquam eume porepuda quam, con nobis solupta tibuscit et delestquist estrunt eat quibus.

Pera sandus im faccus ellabori nihilicenia vent omnimus moluptatem a illor molupis is modis expedis dendiossi volupta turibust hil everum sam sin est, audio dis modigen dignit eatquamus ea de sit eiundandam velita delis as ressequae officil im eatur?

Mit freundlichen Grüßen,

Schwan, Franz-Felix

Chapter 2

VISUALIZING



2.1. PERSONAL PROJECTS



Album
Corvus Corax — Cantus Buranus II

Musical genre
Medieval, Fantasy, Soundtrack

Visual style
Avantgarde, Neo-Gothic

Inspired by architectural blueprints, especially by the complexity of Gothic architecture, I created a multi-layered piece, leveraging every tool Photoshop has to offer, from shapes to textures and effects. The result is an album cover that speaks to a young audience while recognizing the complexity of the album's music and the wide range of instruments with which the band created it.



Album
Camille Thomas — Voice of Hope

Musical genre
Classical, Romantic, Cello

Visual style
Avantgarde, Y2K

The classical music industry is shifting from more traditional and conservative designs to more postmodern Swiss Typography or Y2K style to appeal to younger audiences. This piece was created in response to that trend, using a classicist French painting by Bouguereau, a trending painter in niche online communities, and ornamenting it with raw graphical elements.

DRACONIAN
LIVE IN GERMANY

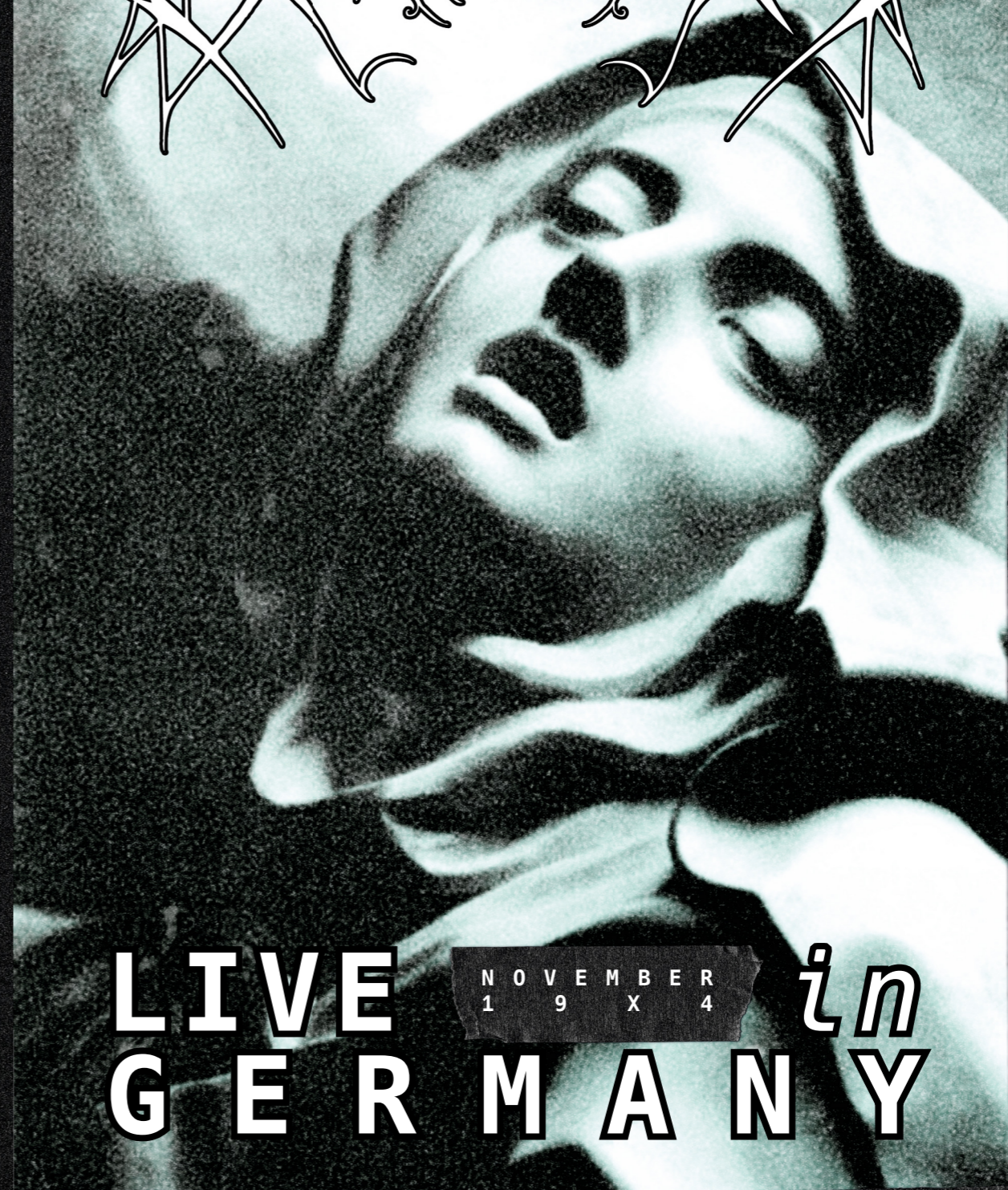


UNDER A GODLESS VEIL
NOVEMBER 19X4

FREITAG 01.11	BERLIN Lido	DONNERS. 06.11	MÜNCHEN Backstage Halle
SAMSTAG 02.11	HANNOVER Cafe Glocksee	FREITAG 07.11	TRIER Mergener Hof
SONNTAG 03.11	HAMBURG Logo	SONNTAG 09.11	DORTMUND Junkyard
DIENSTAG 05.11	ASCHAFFENBURG Colos-Saal	MONTAG 10.11	LEIPZIG Hellraiser-Leipzig



LOGOS "DRACONIAN", "ROLAND", "GIBSON", "MESA/BOOGIE", "ESP", HERUNTERGELADEN VON WWW.DE.WIKIPEDIA.ORG, CC BY-SA 4.0. SKULPTUR VON PETER ANTON VON VERSCHAFFELT, 1753. FOTOGRAFIERT VON GIOVANNI DALL'ORTO, 30. MÄRZ 2008, HERUNTERGELADEN VON WWW.IT.WIKIPEDIA.ORG, GEMEINFREI. VON FRANZ-FELIX SCHWAN, IM AUFTRAG DER GRAFIKDESIGNSCHULE MANUEL FRITZ, MANNHEIM, 1. MÄRZ 2025. DIESES WERK IST ZU BILDUNGSZWECKEN ENTSTANDEN.



LIVE NOVEMBER 19X4 *in*
GERMANY



LOGOS "DRACONIAN", "ROLAND", "GIBSON", "MESA/BOOGIE", "ESP", HERUNTERGELADEN VON WWW.DE.WIKIPEDIA.ORG, CC BY-SA 4.0. SKULPTUR VON GIAN LORENZO BERNINI, 1647-1652, FOTOGRAFIERT VOM 22. JULI 2020, HERUNTERGELADEN VON WWW.SARTLE.COM. GEMALDE VON THOMAS COLE, 1840, HERUNTERGELADEN VON WWW.EN.WIKIMEDIA.ORG, GEMEINFREI, TEXTINHALT VON WWW.DRACONIANOFFICIAL.COM. GRAFIKDESIGN VON FRANZ-FELIX SCHWAN, IM AUFTRAG DER GRAFIKDESIGNSCHULE MANUEL FRITZ, MANNHEIM, 1. MÄRZ 2025, DIESES WERK IST ZU BILDUNGSZWECKEN ENTSTANDEN.

B E R L I N
FR 01.11.
L I D O

H A N N O V E R
SA 02.11.
C A F E G L O C K S E E

H A M B U R G
SO 03.11.
L O G O

A S C H A F - F E N B U R G
DI 05.11.
C O L O S - S A A L

M Ü N C H E N
MI 06.11.
B A C K - S T A G E H A L L E

T R I E R
DO 07.11.
M E R G E N E R H O F

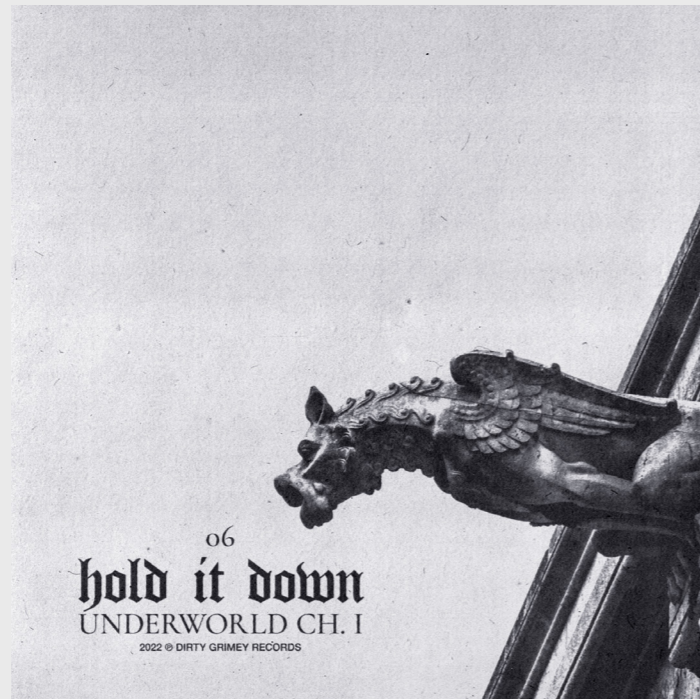
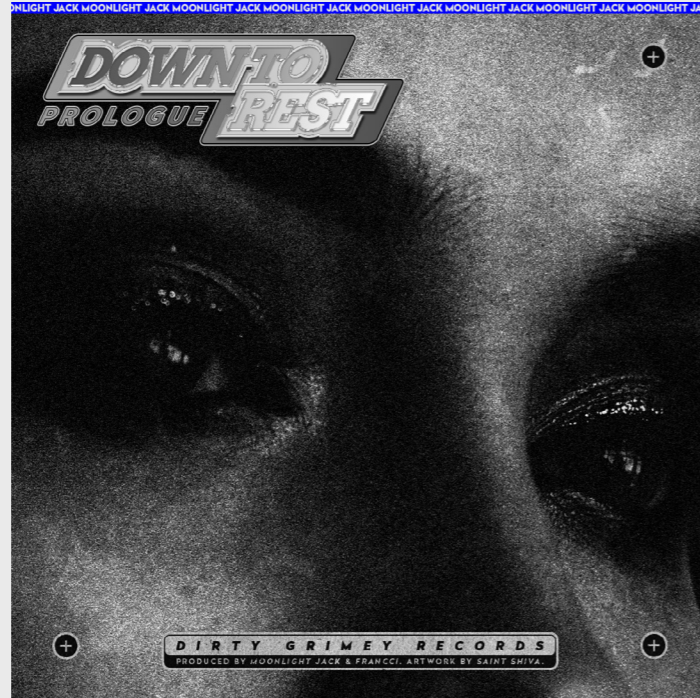
D O R T M U N D
SA 09.11.
J U N K Y A R D

L E I P Z I G
SO 10.11.
H E L L R A I - S E R - L E I P Z I G

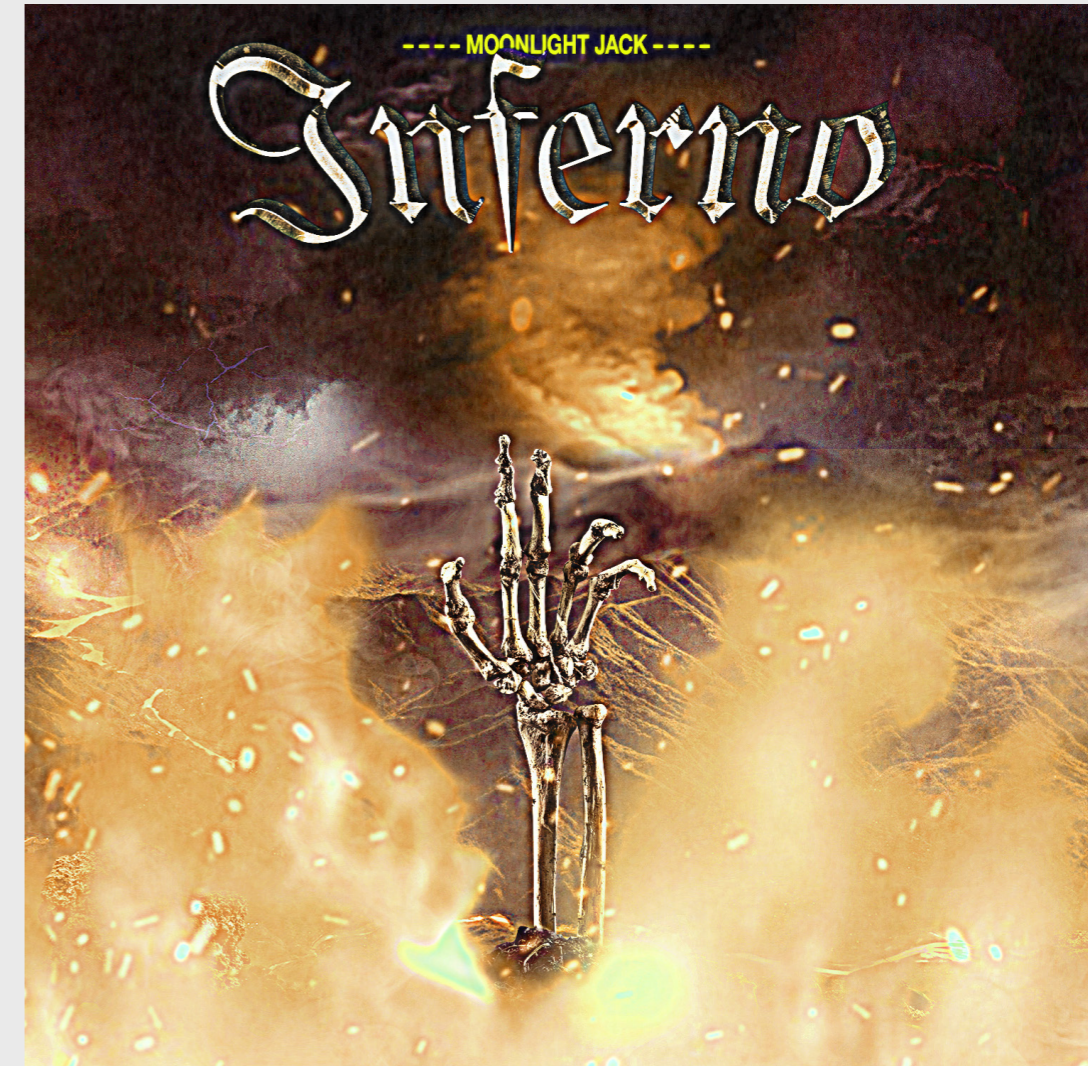
2.2. COMMISSIONS

Following the success of *City Lights*, I served as **Moonlight Jack**'s primary designer for several years, helping to build and evolve his visual identity across multiple releases.

We streamlined our collaborative process, established sources of inspiration, such as from the *Need for Speed* videogame series, and solidified **Moonlight Jack**'s position as an R&B musician in California with multiple single releases.



As our collaboration progressed, our efforts became greater, drawing from both biblical and poetical inspirations, while **Moonlight Jack**'s music and visual style became cooler and more minimalistic.



Album
Moonlight Jack — Inferno

Musical genre
R&B, Trap

Visual style
Y2K, Fantasy

The challenge for **Moonlight Jack**'s final album, *Inferno*, was to create a climactic goodbye. As this required a deliberate departure from the cool, retro-electronic style we had cultivated, we inverted the established brand identity and took inspirations from Dante's *Inferno* to create a design that is raw, intense, and worthy of an artist's desire to go out in a blaze of glory.

Chapter 3

LAYOUTING



Typografie für Informierendes Lesen

Informierendes Lesen meint das schnelle und diagonale Überfliegen des Textes, um einen Überblick zu gewinnen, ob die gesuchte Information zu finden ist und was genauer gelesen werden muss. Leser:innen wollen sich zu einem bestimmten Thema informieren, ohne das ganze Buch zu lesen. Zu den Buchtypen gehören Sachbücher und Ratgeber, aber auch Zeitungen.



Typografische Mittel



DER TEXT MUSS GUT GELIEDERT SEIN

- Leicht überschaubare Einheiten
- Kurze Zeilen mit circa 40–50 Zeichen pro Zeile
- Kurze Absätze oder Abschnitte



Die Typografie zeigt, dass die Seite nicht von links oben nach rechts unten linear gelesen wird. Trotz vieler unterschiedlicher Informationen (Farbflächen, farbiger Schrift, Schriftmischung) wirkt die Seite übersichtlich und aufgeräumt. Der Flattersatz sorgt für Stabilität, wirkt aber nicht so starr wie der Blocksatz. Alle Texte mit Grundschriftgrad halten auch Register (d.h. sie liegen auf dem Grundlinienraster), was der Seite Stabilität gibt.

AUSZEICHNUNGEN

- Aktive Auszeichnungen, die man liest bevor man den Absatz oder die Seite liest, z.B. halbfette Schrift, die einem ins Auge fällt.
- Integrierte Auszeichnungen im Mengentext wie bei der linearen Lesetypografie.

Man kann aber auch durchaus Ungewöhnliches ausprobieren: Wird der Haupttext im linksbündigen Flattersatz gesetzt, könnten Legenden rechtsbündig dazu sitzen. Passt es zu Thema, kann auch mit dem Satzspiegel gespielt werden: Alle Kolumnen könnten, zum Beispiel, am unteren Seitenrand sitzen und nicht klassisch am oberen.

ÜBERSCHRIFTEN

Überschriften müssen kurz und deutlich über den Inhalt des nachfolgenden Abschnitts informieren.

GESTALTERISCHE FREIHEIT

Gerade die unterschiedlichen Textebenen und Inhalte, die sauber gegliedert sein wollen, müssen auch unterschiedlich gestaltet sein: Farbe, Schriftschnitte, Schrift-

grade oder Schriftmischung bieten viele Möglichkeiten. Jedoch darf man nicht über das Ziel hinausschießen. Besser nach und nach unterschiedliche Absatz- und Zeichenformate einsetzen und immer kontrollieren, ob die Gliederung noch übersichtlich ist.



WILLKOMMEN IM CLUB.

Der Marketing Club TechnologieRegion Karlsruhe e.V. bietet Firmen und Einzelpersonen unterschiedliche, spezifisch auf ihre jeweiligen Bedürfnisse und ihre Karrierestufe zugeschnittene, Mitgliedschaften. Unser Clubsekretariat und unser Vorstand Mitgliederwerbung beraten Sie gerne.

Persönliche Mitgliedschaft

- **Aktives Mitglied** (Personen über 35 Jahre, die führend, leitend oder lehrend im Marketing tätig sind oder die eine marktorientierte Führungsaufgabe wahrnehmen): Einmalige Aufnahmegebühr: 100 Euro, **Jahresgebühr: 264 Euro**
- **Junior-/Marketing Pionier-Mitglied**, Einmalige Aufnahmegebühr: 60 Euro, **Jahresgebühr: 132 Euro**
- **Studentisches Mitglied**, Einmalige Aufnahmegebühr: 60 Euro, **Jahresgebühr: 75 Euro**

Schnupper-Mitgliedschaft

Gebühr: einmalig 100 Euro für 6 Monate

Hinweis zur Beitragszahlung und Kündigung:
Siehe Satzung auf www.marketingclub-karlsruhe.de

Haben Sie Fragen?

— **Wir beraten Sie gerne!**

Unser Clubsekretariat und unser Vorstand Mitgliederwerbung stehen Ihnen gerne zur Verfügung.

Dorothee Muster Clubsekretariat
info@marketingclub-karlsruhe.de
Tel. 0123- 4567890

Muster Weinbrenner Vorstand Mitgliederwerbung
muster.weinbrenner@marketingclub-karlsruhe.de

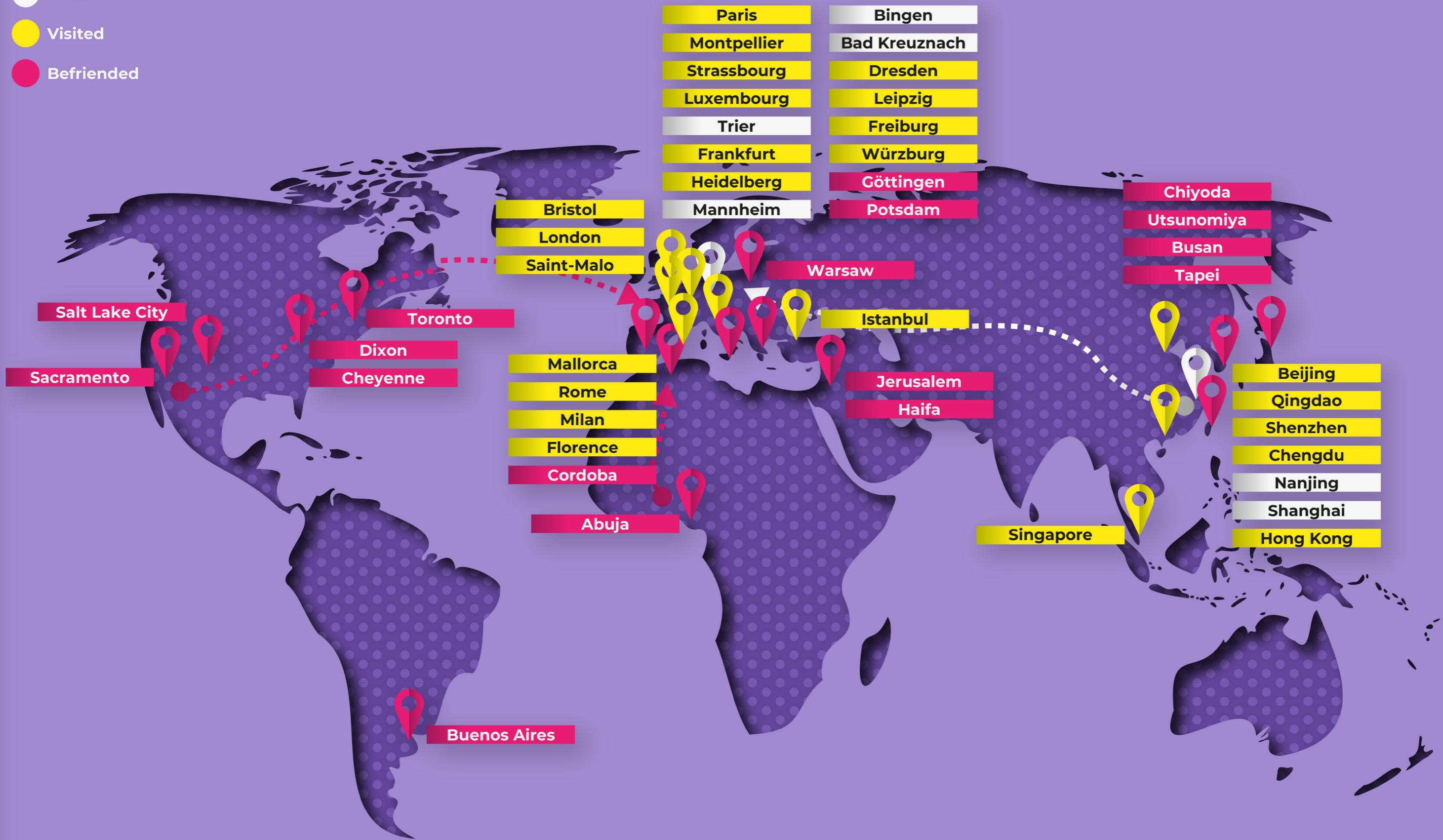


MARKETING CLUB
TECHNOLOGIEREGION
KARLSRUHE



WILLKOMMEN IM CLUB.

- Lived
- Visited
- Befriended



The voyages of FRANZ-FELIX

