



STOP

**Ribomustin® stoppt iNHL
20 Monate länger als CHOP**

Im Vergleich nach Absterberisiko*, Experten einst bei CLL und MLL

Ribomustin®
Hoffmann-La Roche

Das Ribomustin®-Präparat ist ein Antineoplastikum, das zur Behandlung von Non-Hodgkin-Lymphomen (iNHL) eingesetzt wird. Es ist ein Purin-antimetabolit, das die DNA-Synthese in schnell wachsenden Tumorzellen hemmt. Ribomustin® ist in Form von Tabletten und Injektionen erhältlich. Die Behandlung erfolgt in Kombination mit anderen Chemotherapeutika. Die Wirksamkeit von Ribomustin® wurde in klinischen Studien im Vergleich mit dem Standardtherapieansatz CHOP (Cyclophosphamid, Doxorubicin, Etoposid, Prednisolon) untersucht. Die Ergebnisse zeigen, dass Ribomustin® die Überlebenszeit von iNHL-Patienten im Vergleich zu CHOP um bis zu 20 Monate verlängern kann. Diese Verlängerung ist besonders bei Patienten mit bestimmten Subtypen von iNHL, wie z.B. dem diffus großzelligen B-Zell-Lymphom (DLBCL), signifikant. Die Verlängerung der Überlebenszeit ist ein wichtiger Faktor bei der Bewertung der Wirksamkeit von Krebsmedikamenten. Die Entscheidung über die Wahl des Medikaments sollte jedoch immer in Absprache mit dem behandelnden Arzt getroffen werden, da die Nebenwirkungen und die individuelle Situation des Patienten eine Rolle spielen. Ribomustin® ist ein Markenname von Hoffmann-La Roche. Weitere Informationen sind auf der Website von Hoffmann-La Roche erhältlich.

Fachärzte und Patienten sollen die Botschaft von Ribomustin kennenlernen.

Schmittgall startet Kampagne für Ribomustin

veröffentlicht am 03.11.2010 um 09:59 Uhr · Unternehmen - Artikel

Die Schmittgall Werbeagentur hat die neue Kampagne für das Medikament Ribomustin von Mundipharma entwickelt. Im Zentrum des Motivs steht ein Krebspatient, der zuversichtlich in die Zukunft blickt und dem Betrachter ein klares Signal vermittelt: Er sagt "Stop", nicht nur seiner Krankheit, sondern auch den Fachärzten in der Onkologie und Hämatologie. Diese sollen die neue Botschaft von Ribomustin kennen lernen. Bei der Agentur Schmittgall in Stuttgart sind Wolfgang Gilde und Bert Neumann (Kraetion) für die Kampagne verantwortlich.