

Optimierung des Lieferantenmanagements:  
**Leitfaden zum Aufbau  
eines effektiven  
Lieferantenportals**



# Einführung

Lieferanten und Anbieter sind zentral für den Erfolg Ihres Unternehmens. Je effizienter Ihre Lieferanten die von Ihnen benötigten Materialien, Ersatzteile und Services liefern können, desto besser und schneller ist Ihr Kundenservice. Die Optimierung des Lieferantenmanagements kann zudem dazu beitragen, Ihre Betriebskosten zu senken, genauere Prognosen für Bestände und Lieferungen abzugeben und das Risiko von Preisschwankungen zu verringern.

Mit der zunehmenden Globalisierung von Lieferantennetzwerken nimmt auch die Komplexität dieser Netzwerke zu und damit die Notwendigkeit, eine Vielzahl von unterschiedlichen Systemen und EDIs zu verwalten. Dies kann insbesondere für den Einkauf zur Herausforderung werden – z. B. dann, wenn es darum geht, Visibilität über die verschiedenen Interaktionen von und mit Lieferanten über unterschiedliche Systeme hinweg zu erhalten.

Ohne diese Transparenz sind auch die besten Tools und Technologien unzureichend und ineffiziente Prozesse und Abläufe werden begünstigt – beispielsweise weil Teams auf manuelle Prozesse zurückgreifen, unnötige Abstimmungen benötigen oder Chancen verpassen.

**Die Lösung: Sie benötigen ein Fenster in Ihre Systeme, das für Sichtbarkeit sorgt, um Prozesse zu rationalisieren und effektiver mit Ihren Lieferanten zusammenzuarbeiten – ein Lieferantenportal.**

In unserem E-Book zeigen wir Ihnen fünf zentrale Bausteine von Lieferantenportalen, die zur Prozessoptimierung beitragen und die Effizienz sowohl für interne Teams **als auch für** Lieferanten steigern:

- 1 Automatisierung des Onboarding-Prozesses**
- 2 Bereitstellung einer zentralen Stelle für Kommunikation und Zusammenarbeit**
- 3 Unterstützung der Lieferanten mit Self-Service-Funktionen**
- 4 Digitalisierung und Automatisierung von Lieferanten-Prozessen**
- 5 Monitoring und Verbesserung der Lieferanten-Leistung**

# Erstellen Sie ein Portal, das Ihre Lieferanten nutzen möchten!

Ein effektives Lieferantenportal muss wie ein Fenster über Ihren vorhandenen Systemen liegen und den richtigen Einblick in die Vorgänge in diesen Systemen geben. Um dies zu erreichen, sollten Sie Ihr Lieferantenportal mit einer flexiblen Lösung, wie einer [Digital Experience Platform \(DXP\)](#), realisieren.

Eine DXP ist eine Software für Unternehmen, die die ideale Basis für die Bereitstellung vernetzter, kontextualisierter digitaler Erlebnisse über zahlreiche Touchpoints entlang der gesamten Customer Journey bildet. DXPs bieten eine Vielzahl unterschiedlicher Out-of-the-Box-Funktionalitäten, um die Erstellung, Verwaltung und Optimierung digitaler Erlebnisse zu unterstützen und beschleunigen. Dazu gehören:



Digitales Asset-Management



Zugriffskontrolle und Datenschutz



Commerce-Funktionalitäten



Cloud-Funktionalitäten



Personalisierung



Multi-Site-Management



Suche und Navigation

**Insbesondere zeichnen sich DXPs jedoch durch die Fähigkeit aus, sich in andere Technologien zu integrieren und als Schnittstelle für die Eingabe von relevanten Daten zu fungieren.** Mit einer DXP können Sie ein Lieferantenportal also nicht nur schneller aufbauen, sondern sie kann Ihnen auch dabei helfen, Daten aus externen Systemen im Lieferantenportal zu konsolidieren.



Unter den DXP-Anbietern ist Liferay für seine Integrationsstärke, seine Eignung für komplexe B2B-Szenarien und seine niedrigen Gesamtbetriebskosten bekannt. Aus diesen Gründen vertrauen Unternehmen weltweit auf Liferay:

- **Hohe Anpassungsfähigkeit und Flexibilität bei der Integration von Systemen:** Liferay ermöglicht einfache Interaktionen mit Kanälen und Anwendungen von Drittanbietern. Das Integrationsframework, die Konnektoren und die API-Bibliothek von Liferay vereinfachen Anpassungen und Integrationen und können sogar von technisch nicht versierten Nutzern konfiguriert werden.
- **Starkes Benutzer- und Identitätsmanagement für personalisierte, sichere Erlebnisse:** Authentifizierte Erlebnisse sind eine der größten Stärken von Liferay. Mit Liferay können Sie ganz einfach verschiedene Benutzerrollen erstellen und verwalten. Dabei verwenden Sie granulare Zugriffsrechte in Verbindung mit Personalisierung, um sicherzustellen, dass die den Benutzern angezeigten Inhalte sowohl relevant als auch für deren Verwendung autorisiert sind.

Erfahren Sie [hier](#) mehr über Liferay DXP.

# 1. Optimieren Sie den Onboarding-Prozess

Die Auswahl und das Onboarding der richtigen Lieferanten sind entscheidend für den Erfolg der Lieferkette. Dieser Prozess kann jedoch sehr zeitaufwändig sein und in größeren Organisationen manchmal bis zu sechs Monate dauern.<sup>1</sup> **Anstatt persönliche Treffen, Telefon, E-Mail oder Fax zu nutzen, um neue Lieferanten zu finden und zu schulen, können Sie Technologie einsetzen, um Ineffizienzen zu beseitigen und ein besseres Onboarding-Erlebnis zu bieten.**

So kann ein Lieferantenportal das Onboarding für Ihre Lieferanten und Supportteams erleichtern:



**Validieren und genehmigen Sie Lieferanten:** Potenzielle Lieferanten können ihr Interesse zunächst über ein Formular bekunden und alle erforderlichen Informationen zu ihren Preisen, Produkten und zur Compliance ausfüllen. Die Steueridentifikationsnummern und andere wichtige Lieferantendaten können Sie automatisch über benutzerdefinierte Workflows validieren lassen. Darüber hinaus können Sie beispielsweise auch die Betrugserkennung automatisieren und Lieferanten mit den Sanktionslisten der Vereinten Nationen und weiteren Datenbanken abgleichen



**Definieren Sie Abläufe Schritt für Schritt, basierend auf Segmenten und Benutzerrollen:** Der Onboarding-Prozess verläuft in der Regel nicht für alle Lieferanten gleich, insbesondere wenn Ihr Unternehmen mit einer Vielzahl von verschiedenen Lieferanten zusammenarbeitet. Oft gibt es innerhalb der Lieferanten-Organisation zudem verschiedene Teams und Benutzerrollen, die ein spezialisiertes Onboarding benötigen.

Verwenden Sie eine Plattform, die Benutzergruppen basierend auf Kriterien zur Segmentierung wie der Art des Auftrags, Lieferanten-Typ, Prioritätsstufe usw. modellieren kann. Durch die Gruppierung von Nutzern in Segmente, können Sie über Rollen und Berechtigungen unterschiedliche Zugriffsebenen festlegen. Nachdem Sie die Segmente definiert haben, können Sie auch für jedes Segment spezifische Onboarding-Workflows einrichten. Innerhalb dieser Workflows können Sie alle erforderlichen Schritte und deren Reihenfolge umreißen und sicherstellen, dass sie an den individuellen Anforderungen der jeweiligen Segmente ausgerichtet sind.

<sup>1</sup> Die monatliche Metrik: Zeit bis zur Aufnahme eines neuen Lieferanten

## 6 Monate

dauert es in vielen großen Unternehmen bis neue Lieferanten angelegt sind

So können Sie beispielsweise einen Onboarding-Workflow definieren, bei dem vorausgesetzt wird, dass Vertriebsmanager eine Datenschutzrichtlinie akzeptieren oder erforderliche Schulungen absolvieren. Es ist auch denkbar, dass Sie einen Workflow einrichten, bei dem zunächst ein Manager gegenzeichnen muss, bevor das gesamte Konto zum nächsten Schritt übergehen kann.



**Statten Sie Lieferanten mit den Informationen aus, die sie benötigen:** Journeys und Funktionen zur Segmentierung können auch zum Kuratieren von Inhalten verwendet werden, um Lieferanten im Verlauf ihres Onboardings auf die richtigen Ressourcen (Videos, Demos, Handbücher, E-Learning und andere Inhalte) zu verweisen. So können Sie beispielsweise einen Onboarding-Workflow für das Finanzteam Ihrer Lieferanten entwerfen, der diese durch Demovideos zur Verfolgung und Überwachung des Rechnungs- und Zahlungsstatus führt. Oder Sie können einen separaten Onboarding-Workflow mit einer Dokumentation erstellen, in der erklärt wird, wie Bestandsmanager Echtzeit-Bestandsdaten nutzen können, um fundierte Entscheidungen zu treffen.

Außerdem können Sie FAQs, häufig besuchte Links, Zugriff auf Wissensdatenbanken und wichtige Dokumentationen in personalisierten Dashboards zusammenfassen. All dies hilft Lieferanten dabei, Ihre Einkaufsprozesse zu verstehen, ohne dass sie von einem Mitarbeitenden durch den Prozess geführt werden müssen.

Stellen Sie sicher, dass Ihren Lieferanten die richtigen Tools und Ressourcen zur Verfügung stehen, um einfach und eigenständig mit Ihnen zusammenarbeiten zu können. **Das richtige Onboarding ist der erste Schritt zum Aufbau einer langfristigen Partnerschaft mit Ihren Lieferanten.**

Erfahren Sie [hier](#), wie Sie mit Liferay relevantere und persönlichere Erlebnisse für Ihre Lieferanten bereitstellen können.

## 2. Stellen Sie eine zentrale Stelle für Kommunikation und Zusammenarbeit bereit

Laut Gartner ist eine ineffiziente Kommunikation mit Lieferanten das größte Geschäftsproblem, das Lieferantenportale lösen<sup>2</sup>. Denn vor allem bei einem umfangreichen und wachsenden Lieferantennetzwerk kann es schwierig sein, allen Lieferanten stets genaue und aktuelle Informationen zur Verfügung zu stellen.

Nutzen Sie daher ein Lieferantenportal als zentrale Lösung, auf die sich Ihre Lieferanten in puncto Informationsverteilung und Kommunikation verlassen können:



**Speicherung und Verwaltung wichtiger Dokumente:** Dazu gehören Verträge, Steuer- und Unternehmensbescheinigungen, Preislisten, Produktspezifikationen, Rückgabe- und Garantierichtlinien sowie Compliance-Vereinbarungen. Wenn Ihre Dokumentenverwaltung über eine einzige Plattform läuft, wissen auch Ihre Lieferanten immer, wo Dokumentationen hochzuladen sind. Darüber hinaus können interne Teams hochgeladene Dokumente schneller finden und durchsuchen.



**Kommunikation mit Lieferanten, bevor Daten in Backend-Systeme eingegeben werden:** Verhandeln Sie beispielsweise Preise und Verträge mit Lieferanten, bevor Sie diese Informationen in Ihre ERPs eingeben. Oder passen Sie Produktinformationen und Beschreibungen von Lieferanten für Händler und Reseller an, bevor diese in Ihr PIM eingegeben werden.



**Behebung von Problemen ohne Telefon oder E-Mail:** Wenn Ihre Lieferanten beispielsweise eine Rechnung anpassen müssen, können sie diese direkt bearbeiten oder im Lieferantenportal einen Kommentar hinterlassen, so dass keine Telefonate oder E-Mail-Korrespondenz erforderlich sind.



**Entwickeln Sie Innovationen und arbeiten Sie enger mit Lieferanten zusammen.** Zum Beispiel:

- **Hersteller** können Diskussionen über Produkte oder die Konstruktion neuer Teile über Messaging-Tools, Foren oder Kommentare führen.
- **Logistikunternehmen** können Feedback und Ideen von ihren Lieferanten einholen, um Prozesse zu verbessern.
- **Organisationen des Gesundheitswesens** können benutzerdefinierte Bestellungen für medizinische Versorgung und Geräte, Laborbedarf, Schutzausrüstung und Rabatte für Großeinkäufe aushandeln.

**Erfahren Sie, warum das CMS von Liferay von Analysten gelobt wird.**

Erfahren Sie [hier](#), wie Sie es Ihren Business Teams ermöglichen, digitale Assets effizienter zu erstellen, zu organisieren und zu verwalten.

<sup>2</sup> Kurze Antwort: 3 Optionen bei der Bereitstellung eines Lieferantenportals

### 3. Unterstützen Sie Lieferanten mit Self-Service-Funktionen

Mit einem Lieferantenportal können Sie Ihren Lieferanten Self-Service-Funktionen zur Verfügung stellen, die es ihnen ermöglichen, viele Aufgaben autonom zu erledigen und Ihr Team hat mehr Zeit für strategisch wichtigere Aufgaben.

Aber Self-Service macht Prozesse nicht nur für Lieferanten und Einkäufer einfacher und effizienter. Er trägt auch dazu bei, Compliance und Genauigkeit durchzusetzen. Ein digitales System stellt sicher, dass jeder Compliance-Faktor nachverfolgt und überprüft werden kann, damit später keine rechtlichen Probleme auftreten. Da Lieferanten weniger Informationen manuell eingeben müssen, können digitale Systeme menschliche Fehler begrenzen, die zu Verzögerungen oder Streitigkeiten führen können.

Welche Self-Service-Funktionalitäten benötigen Lieferanten?



**Lieferanten müssen ihre eigenen Konten verwalten können:** Sobald Lieferanten nach der Registrierung Zugang erhalten, sollten sie dazu in der Lage sein, ihre eigenen Konten zu bearbeiten und zu kontrollieren, ohne Ihr Support-Team kontaktieren zu müssen. Dies ist vor allem dann nützlich, wenn Lieferanten neue Nutzer haben, die hinzukommen oder ausscheiden. Die Zuweisung einer Administrator-Rolle ermöglicht es einer Person im Team des Lieferanten, Benutzerberechtigungen, Konten und Passwörter zu verwalten.



**Lieferanten benötigen von mehreren Geräten und Kanälen aus Zugriff auf das Portal:** Lieferanten sind möglicherweise nicht immer an ihrem Schreibtisch oder Computer. Wenn sie in einer Fabrik oder Site sind, benötigen sie von einem anderen Gerät aus Zugriff auf das Portal. Bieten Sie daher rund um die Uhr Mehrkanalzugriff von jedem Gerät aus an, unabhängig davon, wo sich ein Lieferant gerade befindet.

<sup>3</sup> Anbieter-Self-Service-Portal | Aavenir

**15 bis 20%**  
der Beschäftigten in der  
Kreditorenbuchhaltung einer  
Organisation beantworten Anrufe,  
bei denen es um Routinefragen von  
Lieferanten zu Themen wie dem Status  
ihrer Rechnungen, Zahlungen usw.  
geht.<sup>4</sup>



**Lieferanten müssen relevante Informationen schnell finden können:** Sie können Technologie auf vielfältige Weise nutzen, um Lieferanten bei der erfolgreichen Navigation der verfügbaren Ressourcen zu unterstützen und so die Lieferkette zu verbessern. Wenn Sie es den Lieferanten ermöglichen, Informationen wie Bestellungen, Rechnungen und Zahlungen schnell zu finden, reduziert dies außerdem den Support-Aufwand Ihrer Mitarbeitenden. Nutzen Sie dazu Tools wie:

- **Wissensdatenbanken und FAQs:** Fassen Sie häufig gestellte Fragen und Themen rund um Einsatzregeln in einer Wissensdatenbank oder FAQ-Seite zusammen und lassen Sie Lieferanten die Antworten einfach ihren Anforderungen entsprechend suchen und filtern.
- **Maßgeschneiderte Suchergebnisse und Empfehlungen:** Zeigen Sie relevante Suchergebnisse an, indem Sie die Funktionen zur Segmentierung nutzen. Sie können bestimmte Ergebnisse basierend auf Tätigkeitsbereich, Lieferanten-Typ, bisherigem Suchverlauf, Standort usw. anzeigen. Durch die Bereitstellung personalisierter Antworten sollten Lieferanten in der Lage sein, alle benötigten Informationen zu erhalten, ohne ein Support-Team zu kontaktieren. Für einen Lieferanten, der hauptsächlich Halbleiterchips an einen Smartphone-Hersteller verkauft, können Sie beispielsweise Inhalte und Suchergebnisse im Zusammenhang mit Halbleitern priorisieren.
- **Moderne Tools wie Angewandte KI/ML** vereinfachen es außerdem, Suchergebnisse und Inhalte gezielt basierend auf dem Suchverhalten von Nutzern auszurichten, die in einer ähnlichen Rolle oder einem ähnlichen Segment sind.
- **Verknüpfung von verwandten Dokumenten und Informationen:** Anstatt dass Lieferanten ihre E-Mails oder externen Systeme nach Dokumentationen durchsuchen müssen, sollte ein Lieferantenportal in der Lage sein, verwandte Informationen zusammenzustellen und miteinander zu verknüpfen. Wenn sich ein Lieferant beispielsweise eine bestimmte Bestellung ansieht, sollte er auch problemlos Zugriff auf die dazugehörige Rechnung und alle anderen Mitteilungen im Zusammenhang damit erhalten.
- **Community-Foren:** Geben Sie Ihren Lieferanten die Möglichkeit, Fragen zu stellen und bereits beantwortete Fragen zu durchsuchen. Foren ermöglichen es Ihren Lieferanten nicht nur, mit Ihrer Organisation zu kommunizieren, sondern geben Ihnen auch Aufschluss darüber, welche Herausforderungen und Fragen sie haben können. Wenn dann beispielsweise mehrere Lieferanten Beiträge darüber schreiben, wie man Zugriff auf Prognosen erhält, sollten Sie vielleicht ändern, wo diese Informationen angezeigt werden oder den Onboarding-Prozess anpassen, um diese Funktion besser hervorzuheben.

Erfahren Sie [hier](#), wie Sie die nativen Suchfunktionen von Liferay verwenden, um Nutzer anzuleiten, benötigte Inhalte und Informationen schneller zu finden.

## 4. Digitalisieren und automatisieren Sie Lieferanten-Prozesse

Ohne die richtigen Schnittstellen zum Einblick in Lieferanten-Interaktionen, müssen Sie möglicherweise auf manuelle Prozesse zurückgreifen, um Aufgaben wie Beschaffung und Zahlung abzuwickeln. Eine zuverlässige DXP integriert wichtige Tools, einschließlich Ihrer ERPs und CRMs und ermöglicht Ihnen die Digitalisierung und Automatisierung dieser Prozesse und gleichzeitig die Verbesserung der allgemeinen Transparenz.

Eine effektive Möglichkeit zur Automatisierung von Prozessen ist die Erstellung von Workflows, die auf Ihr individuelles Lieferantennetzwerk zugeschnitten sind. Diese Workflows können Informationen an unterschiedliche Systeme weiterleiten, ohne dass Sie das Lieferantenportal verlassen müssen. Sie können beispielsweise Workflows für die folgenden Fälle erstellen:



**Erfassen Sie Antworten auf Bestellungen und verfolgen Sie deren Status,** um festzustellen, ob sie angenommen oder abgelehnt wurden. Sie können beispielsweise einen Workflow erstellen, um den Fortschritt von Bestellungen zu verfolgen, und einen SLA festlegen, um automatische Erinnerungen für Lieferanten auszulösen, wenn innerhalb von fünf Werktagen keine Antwort erfolgt. Sollten weitere fünf Werktage verstreichen, kann das System die Bestellung automatisch neu generieren und an einen alternativen Lieferanten weiterleiten.



**Geben Sie Lieferanten Einblick in die erforderlichen Änderungen an einer Rechnung.** Wenn Sie eine Rechnung ablehnen oder Änderungen vorgenommen werden müssen, können Lieferanten sehen, was geändert werden muss, und die erforderlichen Aktualisierungen vornehmen, ohne das Lieferantenportal zu verlassen.



**Teilen Sie Bestellungen automatisch auf, die von verschiedenen Lieferanten abgewickelt werden müssen.** Wenn Sie eine Bestellung einreichen, um die sich mehrere Lieferanten kümmern müssen, können Sie einen Workflow einrichten, um die Bestellung nahtlos in Unteraufträge zur unabhängigen Abwicklung aufzuteilen.

# 5. Überwachen und verbessern Sie die Lieferanten-Leistung

Wissen Sie, welche Ihrer Lieferanten gute Leistungen erbringen und mit welchen Sie gerne weiter zusammenarbeiten möchten?

Ein zuverlässiges DXP kann Ihnen dabei helfen, Informationen über die Leistung Ihrer Lieferanten zu erhalten und strategische Entscheidungen zu treffen:



## **Definition von SLAs und Bereitstellung von Kennzahlen für Workflows**, wie im vorherigen Anwendungsfall erwähnt. Wenn Lieferanten die festgelegten SLAs oder Ziele nicht erfüllen, können Sie entscheiden, ob Sie die Partnerschaft aufrechterhalten oder einen alternativen Lieferanten suchen, der in der Lage ist, sich an die festgelegten SLAs anzupassen.

Wenn Lieferanten die festgelegten SLAs oder Ziele nicht erfüllen, können Sie entscheiden, ob Sie die Partnerschaft aufrechterhalten oder einen alternativen Lieferanten suchen, der in der Lage ist, sich an die festgelegten SLAs anzupassen.



**Anzeigen von Informationen aus EDIs**, um Einblick in Kennzahlen wie Abwicklungszeit und Genauigkeit zu erhalten. Durch die Nutzung von integrierten EDI-Informationen können Sie zuverlässige Lieferanten für die fortlaufende Zusammenarbeit identifizieren und priorisieren.



**Integration mit Backend-Analysesystemen.** Ihr Lieferantenportal kann mit vorhandenen BI- oder anderen Analysetools verbunden werden, um eine einheitliche Schnittstelle zur Anzeige von Kennzahlen und Berichten zu bieten.

Die Leistung der Lieferanten ist allerdings nur eine Seite der Medaille: Ihre Lieferanten sollten auch in der Lage sein, Feedback zu Ihrem Lieferantenportal zu geben und wie es verbessert werden kann, um ihnen einen besseren Service zu bieten.



**Fördern Sie die Bindung zu Ihren Lieferanten und bauen Sie stärkere Beziehungen zu Ihren Lieferanten auf**, indem Sie ihnen die Möglichkeit geben, ihre Erkenntnisse und Anfragen zu kommunizieren.



**Sammeln Sie Feedback und erfassen Sie Verbesserungsvorschläge** über Umfrageformulare. Letztendlich wird Ihr Lieferantenportal nur so erfolgreich sein, wie es aus der Sicht Ihrer Lieferanten ist.

# Arbeiten Sie effizienter mit Ihren Lieferanten zusammen – mit Liferay DXP

Um die hier vorgestellten Bausteine eines erfolgreichen Lieferantenportals zu realisieren, benötigen Sie eine zuverlässige DXP-Lösung, die sowohl den notwendigen Einblick in Ihre Backend-Systeme als auch die Möglichkeit bietet, Prozesse innerhalb dieser Systeme zu optimieren.

Mit Liferay DXP erhalten Sie eine Plattform, die es Ihnen ermöglicht, ein Lieferantenportal aufzubauen, das zu Ihrem einzigartigen Lieferantennetzwerk passt. Nutzen Sie die zuverlässigen Site-Building-Funktionen und die flexible Architektur von Liferay DXP, um eine Schnittstelle zu erstellen, die sich auf Ihren vorhandenen Systemen befindet und Ihnen entscheidende Einblicke in Ihre Lieferanten-Interaktionen verschafft.



Erfahren Sie mehr darüber, wie Liferay Ihr Unternehmen unterstützen kann: [www.liferay.com/supplier-portals](http://www.liferay.com/supplier-portals)

Erleben Sie Liferay DXP in Aktion – im Rahmen einer individuellen Live-Demo: [www.liferay.com/request-a-demo](http://www.liferay.com/request-a-demo)





Liferay entwickelt Software, mit der Unternehmen aller Größenordnungen für das Web, für mobile Endgeräte und für das Internet der Dinge ein durchgängiges digitales Erlebnis gestalten können. Liferays Open-Source-Plattform bietet innovative, zukunftsfähige, flexible und sichere Funktionalitäten zur Umsetzung einer digitalen Business-Strategie, die das Intranet, Extranet sowie den Webauftritt einschließen. Die Software wird bereits über 5 Millionen Mal weltweit eingesetzt. Zu den Kunden zählen Kleinunternehmen, Mittelständler und auch Großunternehmen aus dem Finanzdienstleistungssektor, dem Gesundheitswesen, der öffentlichen Verwaltung sowie aus Versicherungen, Einzelhandel, Fertigungsindustrie und vielen anderen Branchen. Mit 24 Büros und einem internationalen Partnernetzwerk ist Liferay auf allen Kontinenten vertreten. Mehr als 190.000 registrierte Mitglieder der Liferay Community begleiten die Entwicklung. Die europäische Zentrale sowie die Geschäftsleitung für die DACH-Region befinden sich am Standort Eschborn bei Frankfurt am Main. Weitere Informationen finden sich unter [liferay.com](https://www.liferay.com).